

GOALS

**CAMILA
RIBERA**

UN REINADO NACIDO
DEL CORAZÓN DEL
PUEBLO CRUCEÑO

ESPECIAL

SOSTENIBILIDAD

**JEANNETTE
SÁNCHEZ
ZURITA**

"CAF HA LLENADO UN
VACÍO EN LA REGIÓN EN
MOMENTOS DIFÍCILES"

HYPTEC



620 KM DE AUTONOMÍA



HT



100% ELÉCTRICO





BAD BUNNY EN EL SUPER BOWL

15 MINUTOS DE REPRESENTACIÓN

El pasado 8 de febrero, Bad Bunny convirtió el escenario más visto de Estados Unidos en una vitrina de identidad latinoamericana. El gesto fue leído por muchos como poderoso y emotivo. Sin embargo, cuando un mensaje de afirmación cultural ocurre en el corazón de uno de los eventos deportivos y comerciales más influyentes del país, surge una pregunta inevitable: ¿qué alcance real puede tener esa representación?

Por Redacción COSAS/ Fotos Shutterstock

El show de medio tiempo del Super Bowl siempre ha sido mucho más que un interludio musical. Es un escaparate cultural y económico del país que lo organiza. Por eso, que este año el escenario haya sido ocupado por Bad Bunny no fue un detalle menor ni una simple decisión artística. Ocurre en un momento marcado por intensos debates sobre migración, identidad y pertenencia en Estados Unidos. En ese contexto, su presencia adquirió un peso simbólico particular.

Desde los primeros minutos del show, el mensaje fue claro. El español ocupó el centro, no como adorno, sino como lengua dominante. La estética latina no fue suavizada y las referencias culturales no se tradujeron. Para millones de latinos, dentro y fuera de Estados Unidos, eso significó verse reflejados en un espacio que históricamente no siempre los ha tenido como protagonistas.

Fue una escena que muchos interpretaron como una afirmación de identidad en uno de los escenarios más emblemáticos del entretenimiento estadounidense.

El valor simbólico es innegable. En un contexto donde los temas migratorios han sido objeto de fuerte polarización política y donde organismos federales como el Servicio de Inmigración y Control de Aduanas (ICE) han ocupado un lugar central en el debate público, la imagen de un artista latino dominando el escenario más codiciado del país fue vista por algunos sectores como un gesto de visibilidad cultural. Para otros, fue simplemente una muestra del peso creciente de la cultura latina en el mercado estadounidense.

El mensaje final del show reforzó esa lectura. Cuando Bad Bunny dijo “Dios bendiga a América” y mencionó a distintos países del continente, amplió el significado de la palabra más allá de una sola nación. Fue un

gesto interpretado como una reivindicación de América en su dimensión continental. En un evento profundamente vinculado a la identidad nacional estadounidense, esa elección no pasó desapercibida.

Este tipo de momentos no son nuevos en el Super Bowl. En años anteriores, artistas como Kendrick Lamar o Beyoncé también incorporaron mensajes de identidad, inclusión o reflexión social en sus presentaciones. El medio tiempo se ha convertido, con el tiempo, en un espacio donde la cultura pop dialoga con temas sociales, aunque dentro de los límites de un espectáculo masivo y patrocinado.

Aquí surge uno de los debates centrales. La NFL es una de las organizaciones deportivas más rentables de Estados Unidos y el Super Bowl es un evento atravesado por intereses comerciales de gran escala. Algunos analistas sostienen que cualquier mensaje presentado en ese marco inevitablemente convive con la lógica corporativa que lo sostiene. Otros argumentan que precisamente por su alcance global, ese escenario tiene la capacidad de amplificar símbolos y narrativas que influyen en la conversación pública.

La diferencia entre representación simbólica y transformación estructural suele ser parte de esta discusión. La primera opera en el plano de la visibilidad y el relato cultural; la segunda implica cambios concretos en políticas y condiciones materiales. El show de Bad Bunny pertenece claramente al terreno simbólico. No modifica leyes ni redefine políticas migratorias, pero sí contribuye a moldear imaginarios y a reforzar la presencia latina en la cultura dominante.

También existe una dimensión económica evidente. La comunidad latina en Estados Unidos representa uno de los segmentos demográficos de mayor crecimiento y peso cultural. Su influencia en la música, el consumo y las tendencias es significativa. Desde esa perspectiva, la elección de un artista como Bad Bunny puede leerse tanto como un reconocimiento cultural como una decisión estratégica alineada con las dinámicas del mercado.

Reducir el espectáculo a una simple estrategia comercial sería simplificarlo en exceso. La emoción que produjo fue genuina

para muchos espectadores. Para jóvenes latinos que crecen en entornos donde la pertenencia suele ser cuestionada, ver su idioma y su estética ocupar el centro de un evento global puede tener un impacto concreto en la construcción de identidad.

Tal vez ahí radique el verdadero alcance del show: en su capacidad de generar conversación. Para algunos fue un momento histórico; para otros, una expresión más del cruce entre cultura y mercado. Entre ambas lecturas se abre un espacio de análisis interesante sobre cómo opera hoy la representación en la industria del entretenimiento.

Confundir visibilidad con transformación estructural puede ser una simplificación. Pero también lo sería ignorar la fuerza cultural de los símbolos. El Super Bowl de este año dejó instalada una pregunta que trasciende los quince minutos de espectáculo: ¿qué papel juega la cultura pop en los debates contemporáneos sobre identidad y poder?

El escenario se apagó, pero la conversación continúa. ■



Vuela desde Santa Cruz de la Sierra

7 vuelos semanales a través del Hub de las Américas® en Panamá para que conectes con más de 84 destinos en el continente.

Panamá Viejo

Los Ángeles

Punta Cana

¡Reserva ya! copa.com



Oficina de ventas



Call center



Agencias de viajes

CopaAirlines 

A STAR ALLIANCE MEMBER 



12

DESTACADOS

FEBRERO DE 2026



19



15



16



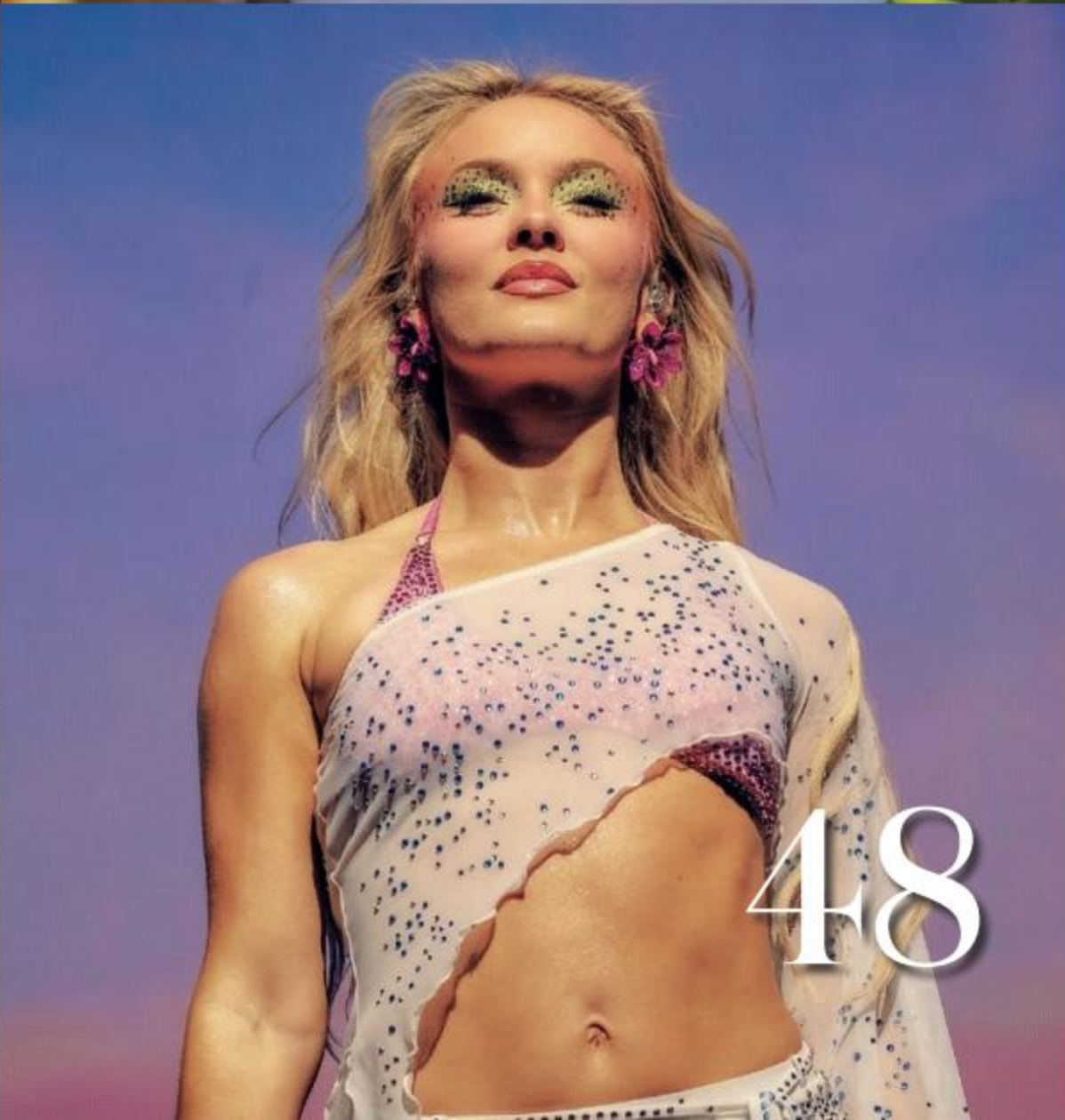
58



62



65



48

CAMILA RIBERA 12
Un reinado nacido del corazón del pueblo cruceño

ROLEX 15
La experiencia del Circuito Atlántico Sur 2026

JEANNETTE SÁNCHEZ ZURITA 16
“CAF ha llenado un vacío en la región en momentos difíciles”

ESPECIAL SOSTENIBILIDAD 19

SOCIALES COSAS 58
Lo último de la escena social

MI CAVA COSAS 62
María Isabel Pinedo y Tellus Wines

¡LA MANTEQUILLA, CARAJO! 65
Daniela Murialdo

ZARA LARSON 66
El regreso más colorido del pop tiene nombre propio

EN PORTADA
La reina del carnaval cruceño 2026, Camila Ribera se apodera de la portada de COSAS. Vestuario: Galo Sánchez; Fotografía: Daniel Chin; Producción Audiovisual: Imagen Real; Arreglo Personal: Sandra Mano; y, Producción: Jorge García.



BARBARA PALVIN



CONQUEST

Elegance is an attitude
LONGINES

X eurochronos

Boutique Av. Velarde 113
Ventura Mall 1er. Piso Local 35



FUNDADA EN 1999
NIT N° 122617024
DEPÓSITO LEGAL N° 4-3-65-03

Directora
CARLA TEJERINA DE CABEZAS

Editora ANA SOFÍA CABEZAS

Periodista MARÍA JOSÉ PAREJAS

Consejo editorial MIGUEL SOLIS HAILLOT
QUITO VELASCO
CARMEN LUZ CALVO
GASTÓN SERRANO
ANDREA OVIEDO

Departamento de Arte JAVIER VELASCO

Fotografía ALEJANDRA REZNICEK
PABLO MANZONI
JULIO GONZALEZ
MARTINA CABEZAS

EDITORIA Y PROYECTOS S.A.

Gerente Regional Santa Cruz CLAUDIA POMMIER
cpommier@cosas.com

Revista "COSAS" editada por CALACOTO CALLE 23, TORRE EMPRESARIAL TITANIUM
Editora y Proyectos S.A. Of. 102
TELF: 2150191
CASILLA: 9858
LA PAZ
PASEO COMERCIAL "EL CHUUBI" N°34
EQUIPETROL TELF: 3145205
SANTA CRUZ

Pre-Impresión digital e Impresión SPC IMPRESORES S.A.

Representante Legal ORLANDO CABEZAS

Editora Internacional SOLEDAD MIRANDA IBARRA

Bureau en Nueva York MANUEL SANTELICES ITURRIAGA

Corresponsales:

Nueva York: FRANCISCA REYES C.

Hollywood: YENNY NUN

Londres: LORETO HERMAN

NATHALIE MALINARICH

París: ANDREA DESORMEAUX

EZEQUIEL DORIA MEDINA

Copenhague: TATIANA RAMÍREZ

Zurich: PAULA AMUNÁTEGUI

Buenos Aires CLAUDIA ECHEVERRÍA

Mar del Plata: VERÓNICA FOXLEY DETMER

Servicios informativos exclusivos GAMMA PRESSE, ANGELI, SIPA PRESS,
Agencias: EUROPA PRESS, CAMERA PRESS,
SERPESA S.A.

Publicaciones: NEWSWEEK, PARIS MATCH, GENTE,
NOTICIAS, TRIBUNA DE ACTUALIDAD.

EDICIONES INTERNACIONALES

"Cosas" Chile Directora MÓNICA COMANDARI KAISER

"Cosas" Perú Directora ELIZABETH DULANTO DE MIRÓ QUESADA

"Cosas" Ecuador Directora CLAUDIA GONZÁLES

"Cosas" México Directora ARLENNE MUÑOZ VILCHIS

SUSCRIPCIONES: 2150191 - 3145205
WWW.COSAS.BO / EMAIL: REVISTACOSAS@COSAS.COM

BOLIVIA: 30 Bs.

PROHIBIDA TODA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL CONTENIDO DE ESTA REVISTA.

Somos parte de tu destino



Hay formas de ir a Europa
y solo una de volar

aireuropa.com

ae AirEuropa SKYTEAM
Tú decides



UN REINADO NACIDO DEL CORAZÓN DEL PUEBLO CRUCEÑO

Entre luces, música y el fervor de miles de personas que aguardaban su paso en el Cambódromo, Camila I fue coronada Reina del Carnaval Cruceño 2026 en una noche cargada de emoción, identidad y orgullo. Acompañada por la comparsa coronadora Los Testarudos, la soberana avanzó cerca de la medianoche envuelta en aplausos y sonrisas. Su aparición impactó al público con un vestido diseñado por Galo Sánchez, una creación que deslumbró por su elegancia y simbolismo, convirtiéndose en uno de los momentos más aplaudidos de la noche.

Por Redacción COSAS/ Vestuario: Galo Sánchez; Fotografía: Daniel Chin;
Producción Audiovisual: Imagen Real; Arreglo Personal: Sandra Mano; y,
Producción: Jorge García.

En entrevista con COSAS, Camila Ribera compartió emociones y sentimientos que la acompañaron en este importante momento de su vida. En cada palabra se siente la calidad humana y la sensibilidad que quien logró unir a un pueblo en un abrazo. No fue solo una coronación. Fue una declaración de amor a Santa Cruz.

LA MUJER DETRÁS DE LA CORONA

“Esta corona no es solo mía, es de todo un pueblo que confió, soñó y celebró conmigo”. Con esas palabras, Camila resume el espíritu de su reinado. Para ella, representar a Santa Cruz significa caminar con humildad, escuchar a su gente y convertirse en un puente entre la tradición y las nuevas generaciones.

Su presencia en el Cambódromo no fue distante ni solemne, fue cercana, cálida, profundamente humana. Cada saludo, cada sonrisa y cada gesto de agradecimiento revelaban que su reinado nace desde un vínculo auténtico con la ciudad que la vio crecer.

La frase “la coronación de todo el pueblo” cobra sentido cuando se observa el cariño del público, que no dejó de ovacionarla durante todo su paso. Camila no se presentó como una figura inalcanzable, sino como una joven cruceña que decidió entregar su corazón al Carnaval.

LOS TESTARUDOS: UNA FAMILIA QUE SOÑÓ EN GRANDE

El lazo con la comparsa coronadora Los Testarudos es uno de los pilares de esta historia. Más que un equipo, se convirtieron en una familia unida por la entrega, la disciplina y la lealtad. Juntos construyeron una propuesta que busca marcar un antes y un después en el Carnaval Cruceño.

“Somos una familia que decidió soñar en grande y darlo todo”, afirma Camila. Su coronación no fue un acto individual, sino el

resultado de meses de trabajo colectivo, ensayos, sacrificios y un mismo propósito: dejar un legado que se recuerde por el corazón puesto en cada detalle.

El homenaje al Escudo de Santa Cruz simbolizó ese compromiso con la identidad y las raíces, recordando que el Carnaval también es memoria, historia y orgullo regional.

BELLEZA CON PROPÓSITO

Caima Ribera es una mujer formada, sensible y comprometida. Ingeniera de profesión, voluntaria por vocación y creadora del proyecto social “Yo Soy”, Camila representa una nueva generación de reinas que entienden su rol más allá del brillo y el espectáculo.

Cada etapa de su vida, asegura, tuvo un propósito. La profesional le dio estructura y visión; la mujer solidaria, empatía; y hoy, como Reina del Carnaval, logra unir ambas dimensiones para servir desde un lugar de alegría, cultura y responsabilidad social.

Su proyecto “Yo Soy” busca empoderar a jóvenes a través de la educación, la identidad y el liderazgo. Durante su reinado, esta iniciativa será un eje central, demostrando que el Carnaval también puede ser una plataforma de inspiración y transformación.

“Quiero que mi reinado sea un mensaje constante de autoestima y propósito, especialmente para los jóvenes”, afirma.

UNA REINA CON MIRADA INTERNACIONAL

La experiencia de representar a Bolivia en certámenes internacionales, como Miss Internacional en Japón, marcó profundamente su visión de identidad. Allí comprendió que cuando un país muestra su cultura con autenticidad, despierta respeto y admiración.

Hoy, esa experiencia se transforma en un impulso mayor: llevar las tradiciones cruceñas con orgullo, sensibilidad y responsabilidad. Camila I se define como una embajadora cultural que entiende que cada presentación es una oportunidad para mostrar quiénes somos y de dónde venimos.

VALORES QUE SOSTIENEN UN REINADO

En una sociedad cada vez más consciente y exigente, Camila I cree que una Reina del Carnaval debe ser ejemplo. Autenticidad, humildad, compromiso, respeto y alegría son los valores que guían su vida y sus decisiones.

“La belleza real está en el corazón y en las acciones”, sostiene, convencida de que el verdadero desafío es ejercer el liderazgo con coherencia y entrega genuina hacia la gente.

Cuando piensa en cómo le gustaría ser recordada, no habla de vestidos ni de escenarios, sino de cercanía y humanidad. Sueña con un reinado solidario, integrador y profundamente humano. Un reinado que caminó junto a su pueblo, que unió desde el corazón y que dejó huellas reales en la historia del Carnaval Cruceño.

Su mensaje para las nuevas generaciones es claro y profundo, el Carnaval no es solo fiesta, es identidad viva. Es herencia cultural, es respeto por las tradiciones y es amor por Santa Cruz.

Si tuviera que definir su reinado en una sola palabra, Camila elige una que lo resume todo: Infinito.

Infinito como el amor por su tierra.

Infinita como la alegría de su gente.

Eterno como el espíritu del Carnaval Cruceño.

Porque mientras exista identidad, unión y pasión por Santa Cruz, el Carnaval jamás morirá... y Camila Ribera ya forma parte de esa historia escrita con luces, música y corazón. ■



GALO SÁNCHEZ

EL ARTE DE VESTIR A LA REINA DEL CARNAVAL

Vestir a la Reina del Carnaval Cruceño es mucho más que diseñar un vestido: es asumir la responsabilidad de traducir en moda la identidad, la emoción y la historia de una fiesta que pertenece a todo un pueblo. Para **Galo Sánchez**, este desafío significó un honor y un reto profesional que afrontó con nervios, creatividad y trabajo en equipo.

Su propuesta para Camila I construye una identidad visual que combina tradición e innovación, respetando la esencia del Carnaval cruceño sin renunciar a una mirada contemporánea. Inspirado por la personalidad transgresora y segura de la soberana, Sánchez apostó por diseños elegantes y llamativos, pensados para distintos escenarios: coronación, corso, actos oficiales y encuentros con la gente.

Para el diseñador, la comodidad y autenticidad de la Reina son fundamentales, ya que cada aparición debe reflejar su rol sin perder naturalidad. Este proyecto representa uno de los momentos más significativos de su carrera, al vestir a una figura simbólica de la fiesta grande de los cruceños. A través de sus creaciones, Galo Sánchez demuestra que la moda también puede preservar, reinterpretar y proyectar nuestras tradiciones hacia el futuro. ■



OLIVER LEDERMANN

LA HABILIDAD DE CONSTRUIR CONFIANZA EN LA NUEVA ERA FINANCIERA

En un mundo donde la tecnología redefine la manera en que se mueve el dinero, Oliver Ledermann se posiciona como uno de los referentes bolivianos que busca tender puentes entre la innovación financiera y la institucionalidad. Con una trayectoria marcada por su experiencia en sectores altamente regulados y mercados internacionales, ha convertido la precisión, la transparencia y el cumplimiento en los pilares de su proyecto empresarial, 369, una firma especializada en blockchain y tesorería digital.

Por Carla Tejerina/ Foto

Boliviano-suizo, Oliver Ledermann ha desarrollado su carrera profesional en industrias donde la regulación no es un obstáculo, sino una condición indispensable. Su paso por sectores altamente controlados, como el del cannabis medicinal, lo formó en estándares estrictos de trazabilidad, relación con instituciones y responsabilidad operativa.

Esa experiencia le dejó una convicción clara: la innovación no puede caminar sola, debe ir acompañada de estructura, disciplina y transparencia. Con una fuerte influencia de la cultura suiza, caracterizada por la precisión, solidez institucional y cumplimiento, Oliver fue encontrando un camino natural hacia el mundo financiero, donde hoy busca demostrar que Bolivia puede integrarse de forma seria a la infraestructura global.

369, UN PUENTE ENTRE LA EMPRESA BOLIVIANA Y LA NUEVA INFRAESTRUCTURA FINANCIERA

La creación de 369 surge como respuesta a una necesidad concreta del mercado en el que empresas que operan internacionalmente enfrentan crecientes dificultades para acceder a dólares y ejecutar pagos al exterior con agilidad. En ese contexto, la firma se posiciona como un proveedor profesional de servicios financieros basados en blockchain y “stablecoins” como USDT y USDC.

En el día a día, 369 acompaña a personas, empresas e inversionistas institucionales en operaciones de gran volumen, admi-

nistración de liquidez y pagos internacionales, bajo estándares de cumplimiento y trazabilidad. Su rol es actuar como un puente entre el sistema financiero tradicional y las nuevas herramientas digitales, priorizando ejecución ordenada, gestión de riesgos y transparencia.

Para Oliver, la diferencia entre improvisación y profesionalismo está en los procesos. Es vital conocer al cliente, evaluar contrapartes y construir estructuras confiables que permitan operar con seguridad en un entorno global.

INNOVAR CON ORDEN, LA VISIÓN PARA BOLIVIA

Lejos de ver a las “stablecoins” como una moda pasajera, Oliver Ledermann las entiende como parte de una infraestructura financiera global que ya utilizan empresas, fondos de inversión y actores institucionales. Pagos internacionales, comercio exterior, ahorro y generación de rendimiento son hoy algunos de los usos más frecuentes de estas herramientas.

Mirando al futuro, su visión es clara. Bolivia puede integrarse mejor a los flujos financieros globales si combina estabilidad macroeconómica, reglas claras y adopción responsable de nuevas tecnologías. La clave, sostiene, está en innovar sin perder el control con transparencia, cumplimiento y una mirada de largo plazo. En ese equilibrio entre modernidad y orden, ve una oportunidad histórica para el país y para una nueva generación de empresarios que entienden que la confianza es el activo más valioso de todos. ■



ROLEX

LA EXPERIENCIA DEL CIRCUITO ATLÁNTICO SUR 2026

No todos los días se siente la adrenalina de una regata desde tan cerca, con Punta del Este como telón de fondo y el viento marcando el ritmo de cada maniobra. Vivir esta experiencia Rolex es sumergirse en un mundo donde el deporte, el paisaje y la emoción navegan en perfecta armonía.

Por Carla Tejerina/ Fotos ROLEX Matías Capizzano

Allí entendimos que la navegación es una coreografía perfecta entre precisión, trabajo en equipo y lectura del viento. Nada se deja al azar: cada maniobra, cada virada y cada decisión táctica puede cambiar el destino de la competencia.

Aunque el mar parecía sereno, las ráfagas sorprendían de pronto, sacudiendo las velas y elevando la adrenalina de las tripulaciones que luchaban por dominar las boyas marcadas con el inconfundible logo de Rolex.

El campeón de la Fórmula ORC 1 y de la División Performance fue el “CRIOULA” de Eduardo Plass, logrando el primer puesto y asegurándose la clasificación general del campeonato, lo que le valió el premio principal: un reloj Rolex Submariner Date.

Más que una competencia, una celebración del mar, del tiempo y del espíritu humano.

Volvimos a tierra con la piel salada, el corazón lleno y la certeza de haber sido parte de una experiencia que solo puede entenderse viviéndola: el Rolex Circuito Atlántico Sur 2026. ■

Nuestra travesía comenzó en el Yacht Club de Punta del Este. Allí, junto a periodistas de distintos medios, nos adentramos a vivir en persona la aventura Rolex Circuito Atlántico Sur 2026, entendiendo no solo la magnitud deportiva de esta competencia, sino también cómo una marca puede convertir el tiempo en experiencia y la experiencia en recuerdo imborrable.

Desde el primer momento se respiraba expectativa. El muelle vibraba con conversaciones náuticas, risas compartidas y la tripulación que nos esperaba para abordar. Sabíamos que no sería un día cualquiera.

La revista COSAS fue invitada a vivir una jornada náutica siguiendo una de las regatas a bordo del velero Venus. Mar, deporte y buena compañía marcaron una experiencia que nos permitió acercarnos al espíritu auténtico de la vela de alto nivel y a la energía única de esta competencia que une tradición, excelencia y pasión.

Desde hace más de dos décadas, Rolex acompaña al Rolex Circuito Atlántico Sur, considerado uno de los campeonatos de yachting más importantes de Sudamérica. Cada enero, la regata une Buenos Aires y Punta del Este en una semana que celebra el logro humano, el espíritu deportivo y la herencia marítima. Son los mismos valores que han unido a Rolex con el mundo del yachting durante casi 70 años.

La edición 2026 se desarrolló del 24 al 30 de enero, partiendo desde el Yacht Club Argentino en Buenos Aires rumbo a Punta del Este, en una travesía que combina resistencia, técnica y belleza escénica.

Una vez en Punta del Este, la flota enfrentó cuatro intensos días de regatas inshore. Desde nuestra posición privilegiada a bordo del Venus, observamos recorridos Barlovento–Sotavento frente a la icónica costa y la tradicional Vuelta a la Isla Gorriti.





JEANNETTE SÁNCHEZ ZURITA

“CAF HA LLENADO UN VACÍO EN
LA REGIÓN EN MOMENTOS DIFÍCILES”

Desde octubre de 2023 al frente de la representación de CAF en Bolivia, Jeannette Sánchez Zurita conduce la relación con el país en un contexto regional complejo. En esta conversación con COSAS, habla de estabilización macroeconómica, inversión estratégica, seguridad jurídica y del rol que puede desempeñar el país en el escenario latinoamericano.

Por Ana Sofía Cabezas/ Foto Alejandra Reznicek

Jeannette Sánchez Zurita asumió la representación de CAF en Bolivia en octubre de 2023, en un momento que ella misma describe como exigente, pero también decisivo.

“Fue para mí como un desafío importante en esta etapa madura de mi vida y de mi carrera profesional”, dice Jeannette. Su trayectoria, explica, ha estado marcada por el estudio y la aplicación de políticas públicas orientadas al desarrollo. Con una sólida formación académica —doctorado en Políticas Públicas y Transformación Social por la Universidad Autónoma de Barcelona, maestrías en Economía y en Planificación Comunitaria y Regional—, acumuló una vasta experiencia al más alto nivel del gobierno ecuatoriano, donde ejerció como Ministra de Coordinación de Política Económica, Ministra de Coordinación de Desarrollo

Social, Ministra de Inclusión Económica y Social y Presidenta encargada del Banco Central del Ecuador, entre otros cargos. “He sido académica y estudiosa de las políticas públicas y el desarrollo. Y tuve funciones muy altas en mi país aplicando políticas públicas por muchos años. Esa posibilidad de transformar situaciones problemáticas, de transformar sociedades, de mejorar la economía, es el motor para quienes estudiamos y nos hemos entrenado para hacer estas cosas”.

Previo a su incorporación a la CAF, se desempeñó como Directora de la División de Recursos Naturales de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), desde donde amplió esa mirada a través del análisis técnico y la asistencia a gobiernos, especialmente en áreas vinculadas a recursos naturales y ambiente. “Se me fue haciendo un conocimiento bastante

integral y privilegiado por las posiciones en las que he estado”, afirma. Por eso, cuando le propusieron asumir la representación en Bolivia, lo sintió como “regresar a la acción”.

“Es una bonita combinación de todo lo que había estudiado y hecho en mi vida. En la CAF tengo la posibilidad de hacer análisis, porque es un banco de desarrollo y tenemos la responsabilidad de asesorar gobiernos, de darles asistencia técnica, de entender cuáles podrían ser las mejores alternativas. Y al mismo tiempo, vía financiamiento y colaboración, tengo la posibilidad de ver transformaciones concretas con los gobiernos”, explica.

Ecuatoriana de origen, reconoce además afinidades estructurales entre ambos países. “Bolivia es un país precioso, muy lindo, muy cercano además a mi país. Somos similares en muchos sentidos y no fue difícil adaptarme. La gente es muy sencilla, muy amable”.

DESARROLLO INCLUSIVO CON SOSTENIBILIDAD

La CAF ratificó un respaldo financiero de hasta 3.100 millones de dólares para Bolivia hasta 2030. Más allá de la magnitud del monto, Jeannette insiste en que el criterio de evaluación no debe ser la cifra, sino el impacto.

“Nuestro motivo fundamental es apoyar el desarrollo del país de una manera inclusiva y con sostenibilidad en la dimensión ambiental”, dice Jeannette. Para que el acuerdo sea considerado exitoso, sostiene que deberían observarse mejoras concretas en las capacidades humanas y productivas.

“En la medida en que empecemos a ver indicadores que fortalezcan las capacidades humanas, como en educación, que fortalezcan las capacidades productivas, con asistencias técnicas, financiamientos, infraestructura, logística, conectividad, energía, ahí estaremos viendo resultados”, afirma.

Pone como ejemplo el ámbito rural. “Bolivia tiene una de las más bajas productividades en la región respecto a sus vecinos. Proyectos como presas y riego, proyectos como 300 puentes que vamos a ejecutar, cambian la vida de territorios y de las áreas rurales”. Se trata, explica, de intervenciones que no son aisladas, sino parte de un conjunto que puede modificar realidades estructurales. “No son intervenciones dispersas que no tienen impacto, sino un cúmulo de intervenciones que en conjunto pueden cambiar realidades”.

UN ROL AMPLIADO EN TIEMPOS DE CRISIS

El titular que encabeza esta entrevista no es casual. “Estamos en momentos difíciles en el nivel económico en la región”, dice Jeannette. Recuerda que luego de la pandemia la recuperación ha sido lenta y que el crecimiento regional proyectado es inferior al promedio mundial. “El promedio de crecimiento de la región es 2,3% para 2025. Bolivia ha decrecido en 2024 y 2025”.

En ese contexto, con mayor endeudamiento y márgenes fiscales reducidos, la CAF amplió su campo de acción. “La CAF ha llenado un vacío en la región para el apoyo a la estabilización macroeconómica, para aportar recursos que no era usual para un banco de desarrollo como somos”, señala.

Explica que, tradicionalmente, la estabilización corresponde a otras instancias de la arquitectura financiera internacional. Sin embargo, frente a coyunturas complejas, la institución decidió actuar con mayor flexibilidad. “La CAF está consciente y tiene esa

capacidad de reaccionar, de ir innovando y percibiendo la demanda de los países y las necesidades en coyunturas diferentes”.

Menciona los casos de Argentina y Ecuador, donde la CAF jugó un papel activo aportando liquidez mientras se activaban otros mecanismos multilaterales. En Bolivia, destaca que “desde el primer día el presidente ya tenía aprobado el crédito de liquidez de 550 millones de dólares, que se dio apenas arrancó el gobierno y que ya se ha desembolsado en su totalidad en pocos meses”.

Para Jeannette, esto forma parte de “nuevos instrumentos de financiamiento que antes no se consideraban”, pero que se volvieron necesarios ante la coyuntura.

TRANSPARENCIA Y RIGUROSIDAD TÉCNICA

Consultada sobre el rol de las alianzas público-privadas y los mecanismos de control, Jeannette es enfática. “La CAF tiene sus propias salvaguardas ambientales y sociales. Somos muy estrictos tanto en la evaluación de los proyectos como en su implementación”.

Subraya que existe una rigurosidad técnica para evitar fallas estructurales y que cada desembolso es analizado en función de lo ejecutado. “No es que uno da los desembolsos sin análisis. Cada desembolso es muy analizado en función de lo que es ejecutado y de lo que viene después”.

Además, señala que la institución respeta la normativa nacional. “Seguimos la Ley de Contratación Pública del país y respetamos fielmente la normativa y el debido proceso”. A esto se suma la transparencia en línea. “La CAF transparenta toda la información y la ejecución de los proyectos en la página web. Se puede ver cualquiera de los proyectos en ejecución”.

BOLIVIA EN EL ESCENARIO REGIONAL

Jeannette califica como “importantísima” la participación boliviana en el Foro Económico Internacional de América Latina y el Caribe en Panamá.

“Bolivia fue una de las estrellas de los países en el foro. Se presentó con fuerza: fue el presidente y seis ministros, más una importante delegación del sector privado”. Destaca el espacio especial que la CAF abrió para el país, el llamado “Bolivian Day”, donde el gobierno expuso su línea económica e incentivos para inversionistas.

“Bolivia causó mucho interés. Fue la señal de que puso un pie en la región y

en el mundo. Dijo: aquí estamos, estamos firmes, estamos fuertes, estamos unidos”, dice Jeannette.

Resalta además la posibilidad de diálogo entre líderes de distinto tinte ideológico y la construcción de agendas comunes en un contexto geopolítico complejo. “Aquí estamos los latinoamericanos, tenemos voz, tenemos intereses comunes y un bloque unido puede tener más fortalezas que países pequeños negociando solos”.

CONFIANZA, REGLAS E INSTITUCIONES

Sobre cómo fortalecer la confianza de la inversión internacional, Jeannette identifica un primer punto clave: la seguridad jurídica. “Es importante que el gobierno selle sus normas, haga las reformas que considere y establezca el marco normativo. Los inversionistas no tienen problema en que cobren impuestos ni en que tengas reglas, lo que quieren es estabilidad”.

Añade factores estructurales como conectividad, transformación digital e infraestructura. “¿Qué inversionista viene si no tenemos oferta de aerolíneas, si las conexiones son precarias? La transformación digital es otro elemento básico. Es un mundo interconectado y todos quieren buen internet y acceso a servicios modernos”.

Finalmente, enfatiza la importancia institucional. “No podemos vivir sin instituciones. Deben haber instituciones eficientes, con claridad y tecnocracia adecuada, para conducir estas necesidades de acción colectiva y proveer bienes públicos como la educación, la salud y la infraestructura”.

UN MOMENTO ESTIMULANTE

En lo personal y profesional, define esta etapa como “muy estimulante”. Percibe en el país “una sensación de un punto de inflexión necesario” y considera que el desafío es canalizar adecuadamente los recursos y la energía social.

“El truco está en que se canalice eso adecuadamente, se construyan espacios colectivos, se provean bienes públicos que permitan mejorar las condiciones de todos, mejorar la productividad y las capacidades humanas. El resto es la propia chispa e imaginación, innovación inventiva y voluntad de progreso que le sobra a Bolivia en su gente”, dice Jeannette.

Con esa visión, asume formalmente la representación de la CAF en Bolivia, convencida de que el momento exige acción estratégica, coordinación institucional y una mirada de largo plazo. ■

Especial **Sostenibilidad**

Un año más, COSAS presenta su Especial de Sostenibilidad, una edición que destaca cómo la empresa privada en Bolivia ha integrado la sostenibilidad como parte esencial de su ADN y de su visión estratégica.

Hoy, la sostenibilidad no es un complemento ni una acción aislada: es un eje que atraviesa la toma de decisiones, la cultura organizacional y el modelo de negocio. Alineadas con su esencia, las empresas desarrollan programas que generan impacto positivo en la sociedad, promueven el cuidado del medio ambiente y fortalecen prácticas de gobernanza responsables.

En estas páginas se refleja cómo las empresas no se limitan a generar crecimiento económico, sino que forman parte activa del desarrollo sostenible del país.

Tres referentes de instituciones clave se suman al Especial de Sostenibilidad de la Revista COSAS con una mirada común: reflexionar, actuar y aportar a la construcción de un futuro mejor para Bolivia.

Desde la diplomacia, el sector empresarial y la articulación con el mundo corporativo, Fernando García Casas, Lucía Sossa y María Reneé Centellas coinciden en que la sostenibilidad ya no es un ideal, sino una responsabilidad concreta. Sus voces representan instituciones que trabajan por un desarrollo más humano, ético e inclusivo, convencidas de que el compromiso social y ambiental es hoy el verdadero motor del progreso.

Diplomacia con propósito entre España y Bolivia

Para el Embajador de España en Bolivia, Fernando García Casas, la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial no son una tendencia, sino un eje central del desarrollo moderno. Desde la diplomacia, impulsa un mensaje que une valores, cooperación y futuro compartido entre dos países con lazos históricos. En esta conversación, reflexiona sobre el rol del sector privado, la relación bilateral y el desafío de construir un crecimiento inclusivo y responsable.

Desde la perspectiva española, respaldar y visibilizar iniciativas que reconocen a empresas comprometidas con la sostenibilidad es una forma concreta de promover un modelo de desarrollo moderno. Para el embajador, estos espacios permiten “reconocer a quienes están haciendo las cosas bien” y generar un efecto demostración que anima a otros actores a seguir el mismo camino. Además, subraya que el sector privado es clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, consolidando una cultura empresarial basada en la ética, la transparencia y el compromiso con la sociedad y el medio ambiente.

En el plano bilateral, estas iniciativas fortalecen una relación que define como histórica y fraterna. “España y Bolivia somos socios, amigos y aliados”, afirma, destacando que hoy ese vínculo se proyecta con fuerza en el ámbito económico y empresarial, donde la sostenibilidad se ha convertido en un eje estratégico compartido. El diálogo entre empresas, instituciones y sociedad civil, explica, genera confianza mutua y abre oportunidades de cooperación e inversión responsable, orientadas al largo plazo.

Desde su visión personal, liderar este mensaje desde la diplomacia supone “un honor y una responsabilidad”. Fernando García Casas remarca que la diplomacia actual va más allá de la política y la economía, al impulsar respuestas frente a desafíos globales como el cambio climático, la desigualdad y la igualdad de género. Acompañar este compromiso implica promover alianzas y defender un modelo de crecimiento que combine prosperidad económica con cohesión social y respeto ambiental: “Es representar intereses, valores y futuro”.

A las empresas e instituciones bolivianas que comienzan a integrar la sostenibilidad como parte central de su estrategia, el embajador les transmite un mensaje claro: “Que lo vean como una inversión estratégica que les abre las puertas del porvenir”. La sostenibilidad, señala, mejora la competitividad, fortalece la reputación y facilita el acceso a mercados y financiación internacional. Integrarla de manera progresiva, con objetivos claros y medibles, es una decisión que posiciona mejor a las organizaciones frente a los retos del futuro. ■



Fernando García Casas
Embajador de España en Bolivia



Lucía Sossa
Directora Ejecutiva Pacto Global Bolivia

La sostenibilidad como eje del liderazgo empresarial en Bagó

La participación de Laboratorios Bagó de Bolivia en el Especial de Sostenibilidad de la Revista COSAS, representado por su Gerente General, María Reneé Centellas, pone en evidencia cómo la sostenibilidad se ha convertido en un pilar estratégico para las empresas que buscan crecer con responsabilidad social, innovación y visión de largo plazo.

En el marco del encuentro organizado por la Revista COSAS, María Reneé Centellas destaca que la sostenibilidad no es un área aislada, sino un criterio transversal que guía las decisiones corporativas de Laboratorios Bagó de Bolivia. La empresa ha alineado su gestión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), priorizando la salud y el bienestar, la igualdad de género, la innovación, la producción responsable y las alianzas estratégicas como ejes de su modelo de negocio.

Desde su visión, integrar innovación científica, calidad certificada, educación médica continua y acceso responsable a medicamentos con políticas de equidad, eficiencia energética y economía circular fortalece la resiliencia institucional y consolida una cultura empresarial comprometida con el país. Los reconocimientos obtenidos, señala, representan una validación externa de una gestión coherente con estándares internacionales y con el enfoque ESG.

María Reneé subraya que este tipo de logros generan un efecto demostrativo en el sector privado, evidenciando que integrar los ODS al modelo de negocio no solo es posible, sino estratégico y rentable. "Cuando la empresa vincula su desempeño financiero con un impacto social y ambiental medible, contribuye a construir un futuro más responsable y competitivo para Bolivia", concluye. ■

El valor de impulsar la sostenibilidad empresarial en Bolivia

La participación del Pacto Global Red Bolivia en el evento Especial de Sostenibilidad de la Revista COSAS, representado por su Directora Ejecutiva Lucía Sossa, reafirmó la importancia de visibilizar a las empresas que apuestan por un desarrollo responsable. Su intervención dejó un mensaje claro: la sostenibilidad ya no es un discurso aspiracional, sino una estrategia concreta para construir competitividad, confianza y futuro.

En el marco del encuentro organizado por la Revista COSAS, Lucía Sossa destacó el valor de reconocer públicamente a las empresas e instituciones alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para la ejecutiva, visibilizar buenas prácticas es acelerar una transformación cultural en la forma de hacer empresa, demostrando que es posible crecer con ética, transparencia e innovación.

Desde su rol al frente del Pacto Global Red Bolivia, subrayó que este tipo de iniciativas fortalecen el compromiso del sector privado al generar espacios de aprendizaje, intercambio de metodologías y alianzas estratégicas entre empresas, sector público, academia y sociedad civil. "La sostenibilidad real se construye conectando actores y escalando soluciones conjuntas", remarcó.

También hizo un balance de la agenda impulsada en los últimos años, con énfasis en integridad y anticorrupción, igualdad de género, acción climática, finanzas sostenibles e innovación tecnológica. En su visión, el empresariado cumple hoy un rol decisivo en la construcción de un desarrollo inclusivo: no solo por su impacto económico, sino por la calidad del empleo que genera, su relación con las comunidades y su huella ambiental.

Asumismo dejó un mensaje directo a las empresas bolivianas: integrar los ODS en la estrategia de largo plazo es la ruta más inteligente para construir futuro. "Cuando el sector privado decide ser parte de la solución, el país avanza. Y cuando la sostenibilidad se coloca en el centro, se abre un horizonte de esperanza y progreso", finaliza.



María Reneé Centellas
Gerente General de Laboratorios Bagó de Bolivia



MINERA SAN CRISTÓBAL S.A.

DESARROLLO LOCAL CON RESULTADOS CONCRETOS

Nuestro trabajo con comunidades busca que el desarrollo sea sostenible, con capacidades instaladas, alianzas y resultados verificables en educación, salud, medioambiente y economía local.



Minera San Cristóbal S.A. (MSC) reafirma su compromiso con un modelo de gestión social y ambiental que prioriza el diálogo, la responsabilidad y la construcción de capacidades en su área de influencia directa. En MSC, la sostenibilidad se traduce en planes, acuerdos y acciones medibles que fortalecen el desarrollo local de forma sostenida, con énfasis en servicios básicos, educación y mitigación

de impactos, consolidando un relacionamiento basado en la confianza y el trabajo conjunto. Un actor clave para sostener esta mirada territorial es el Consejo Consultivo Los Lípez San Cristóbal, espacio que articula iniciativas sociales y productivas con visión de largo plazo.

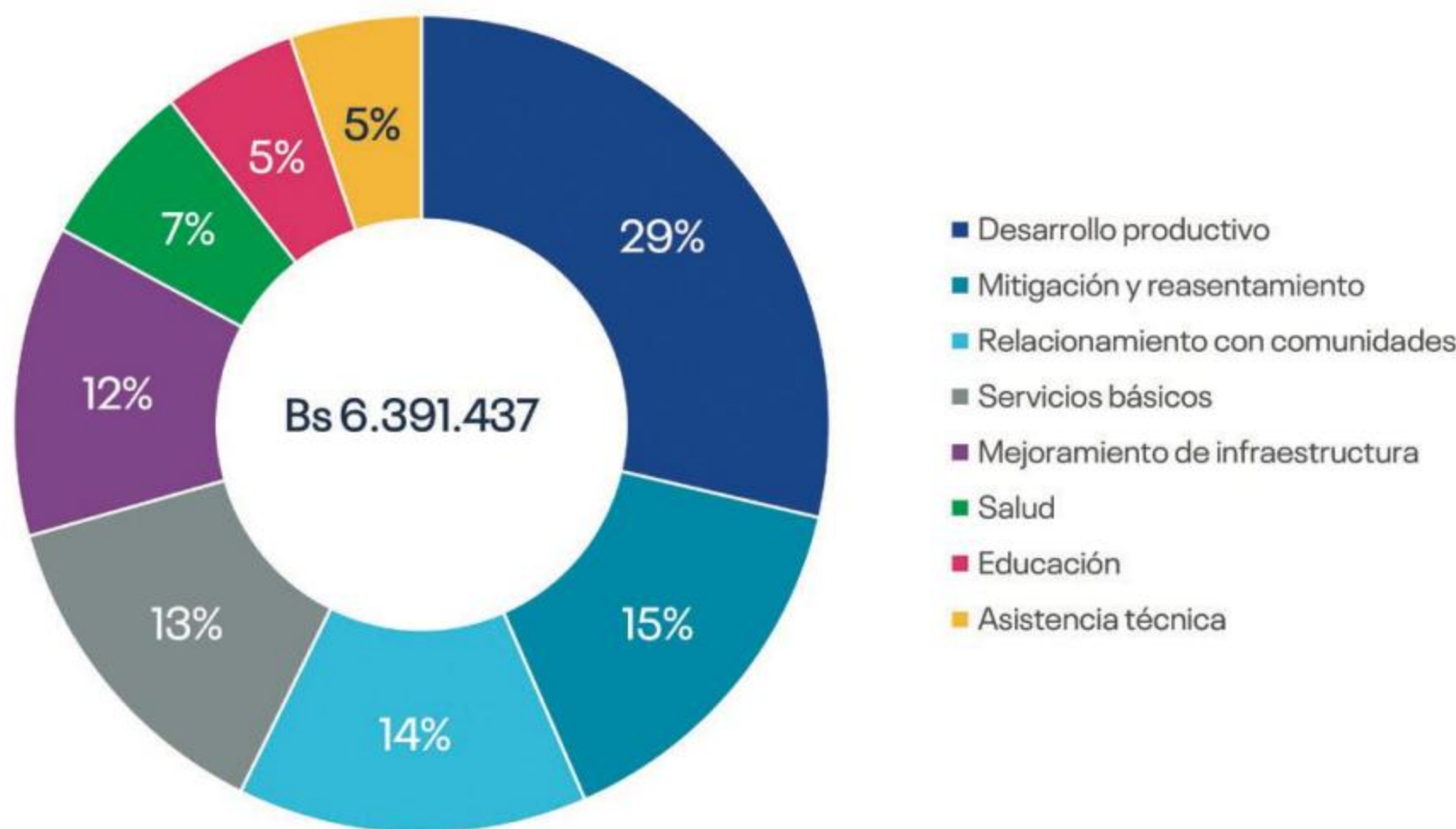
Ese compromiso también se refleja en la inversión social estratégica. Durante 2025, MSC destinó más de 6,3 millones de bolivianos a proyectos orientados a asisten-



cia técnica, relacionamiento, mitigación, servicios básicos, educación, salud y desarrollo productivo, con el objetivo de impulsar capacidades instaladas y resultados verificables en el territorio.

y chorizo, consolidando una ruta de valor agregado desde el territorio y con presencia en ferias y reconocimientos a nivel departamental y nacional. En vicuñas, se fortalecieron capacidades con talleres teórico-prácticos y campañas que, pese a condiciones climáticas adversas, permitieron realizar actividades en 10 de 18 comunidades planificadas, con 569 vicuñas esquiladas y 136,9 kg de fibra bruta, en cumplimiento de estándares de bienestar animal. En turismo, con un estudio especializado de cadena productiva, se priorizó el fortalecimiento de capacidades en atención al cliente, redes sociales, artesanías, gastronomía especializada (barismo y heladería artesanal) y habilidades blandas, destacando una alta participación de mujeres emprendedoras.

Monto de inversión en comunidades por proyecto - actividad



Cuando el desarrollo productivo funciona, los resultados se observan en el terreno: organizaciones más fortalecidas, mejores herramientas y mayores oportunidades para las familias. En 2025, MSC impulsó proyectos vinculados a quinua, camélidos, vicuñas y turismo, complementados por formación técnica y alianzas estratégicas. En quinua, se consolidó el apoyo técnico y la planificación operativa, además de concluir el estudio de la cadena productiva, generando insumos para decisiones futuras. En paralelo, se promovieron alianzas con instituciones públicas y privadas entre las que destacan Orkidea Andina, PROCAMQUI, IRUPANA Andean Foods, Mundo Orgánico y el GAM de Colcha K, en camélidos, a través de APROSAC, se sostuvo la operación técnica y comercial de las plantas de faenado y procesamiento: en 2025 se faenaron 397 llamas y se produjeron 1.442 kg de charque, además de cortes especiales

PROYECTOS

	QUINUA 16 COMUNIDADES	San Cristóbal, Culpina K, Vilama, Cerro Gordo, Mejillones, Zonquera, Villa Mar, Alota, Serena Vinto, Santiago Río Blanco, Río Grande, Pampa Grande, Pozo Cavado, Ramaditas, Catavi K y Vila Vila.
	CAMÉLIDOS 9 COMUNIDADES	San Cristóbal, Culpina K, Vila Vila, Río Grande, Pampa Grande, Catavi K, Pozo Cavado, Iscay Uno y Tambillo Ledezma.
	VICUÑAS 18 COMUNIDADES	Río Grande, Aguaquiza, Atulcha, Calcha "K", Colcha "K", Mañica, Villa Candelaria, Culpina "K", San Juan de Rosario, Santiago de Chuvica, Serena Vinto, Pampa Grande, Vila Vila, Vinto "K", Viluyo, Santiago Río Blanco, Pillina Vilama y Copacabana.
	SALUD EDUCACIÓN TURISMO 4 COMUNIDADES	San Cristóbal, Culpina K, Vila Vila y Río Grande.

El desarrollo también se mide en oportunidades concretas para las personas: educación que habilita empleo, salud que protege y prevención que fortalece. En 2025, MSC amplió el alcance de iniciativas sociales junto al



Consejo Consultivo y aliados estratégicos. En educación, un hito fue la titulación de 118 técnicos medios en cinco especialidades a través del Centro de Educación Alternativa (CEA) San Cristóbal, fortaleciendo competencias en producción y transformación, gastronomía y rubros textiles; además, se apoyó la educación regular con docentes especializados y se otorgaron 15 becas a bachilleres destacados para educación superior. En salud, MSC impulsó el proyecto “Salud, Derechos y Empoderamiento de Adolescentes y Mujeres” junto a UNFPA, logrando acreditar el programa de la Atención Integral para Adolescentes (AIDA) en los Centros de Salud de San Cristóbal, Río Grande y poner en funcionamiento los Gabinetes de Apoyo Integral a Estudiantes (GAIE) en las unidades educativas de San Cristóbal, Culpina K, Vila Vila y Río Grande. Además de ferias multiprogramáticas y campañas de salud bucodental. Complementariamente, el fondo concursable —en alianza con PRODEM y el Consejo Consultivo— aprobó y desembolsó 23 créditos para



emprendimientos locales por un total de Bs 1.014.580, potenciando iniciativas económicas en San Cristóbal, Culpina K y Vila Vila.

La gestión ambiental comunitaria también forma parte del día a día de este trabajo: con comités ambientales y autoridades, en 2025 se registró una producción de residuos de 24,9 kg/persona/mes, se fortaleció el acopio de botellas PET con 4.623 kg enfardados y 650 kg vendidos para reutilización, y se promovió el uso de bolsas ecológicas. En paralelo, se impulsaron acciones sobre agua y áreas verdes, alcanzando una cobertura de 7 hectáreas con plantaciones y habilitación de sistemas de riego.

Con una gestión basada en corresponsabilidad, planificación y trabajo conjunto, Minera San Cristóbal consolida su aporte al desarrollo local mediante proyectos que generan valor social, económico y ambiental. El compromiso es claro: seguir construyendo oportunidades en la región con un enfoque sostenible, transparente y orientado a resultados. ■





**ELIGE EL LADO VERDE
DEL CAMINO.**



**MOVILIDAD QUE PROTEGE HOY EL MUNDO
QUE QUEREMOS MAÑANA.**



**TOYOTA
CONTACT CENTER**
800 17 5200 | 698 31219

LA SOSTENIBILIDAD COMO EJE ESTRATÉGICO, ESENCIA CORPORATIVA Y PROPUESTA DE VALOR

TOYOSA

En un contexto donde las empresas están llamadas a asumir un rol activo frente a los desafíos ambientales y sociales, Toyosa, la empresa referente en el rubro automotriz por casi 45 años, demuestra continuamente que, la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial no son áreas complementarias, sino pilares estructurales que forman parte de su ADN. Lejos de entenderse como acciones aisladas, estos principios están integrados en su estrategia, cultura empresarial y propuesta de valor.

Para Toyosa, la sostenibilidad se alinea directamente con su identidad corporativa porque refuerza su filosofía empresarial basada en la responsabilidad, la ética y una visión a largo plazo. Cada decisión estratégica contempla no solo el crecimiento del negocio, sino también el impacto que genera en la comunidad y el entorno. Este enfoque impulsa una innovación responsable en movilidad y servicios, fortalece la reputación institucional y construye relaciones de confianza sostenibles en el tiempo.

Desde fábrica, la medición de carbono neutral, el cuidado del medio ambiente, el reciclaje y la eficiencia en el uso de recursos forman parte de la esencia de marca. En Bolivia, Toyosa adopta y adapta estos lineamientos a su realidad operativa, entendiendo que la sostenibilidad no es un complemento, sino la manera en que asume su rol dentro de la sociedad y del sector automotriz.

Tal es el caso de la estrategia de Toyota: Multipathway, que se caracteriza por tener un enfoque integral y diversificado para lograr la neutralidad de carbono, sosteniendo que no existe una única solución tecnológica ideal para todos los mercados. Esta estrategia combina el uso de vehículos híbridos eléctricos, híbridos enchufables, vehículos 100% eléctricos de batería, de hidrógeno y tecnologías alternativas según la infraestructura local.

IMPULSANDO EL DESARROLLO SOSTENIBLE DESDE LA MOVILIDAD

El compromiso de Toyosa con el desarrollo sostenible se expresa a través de un enfoque integral que abarca múltiples dimensiones. En el ámbito ambiental, la empresa promueve activamente una movilidad más limpia y eficiente, impulsando la incorporación de vehículos híbridos y tecnologías

de menor impacto ambiental. Esta apuesta responde a una visión de transición progresiva hacia soluciones de bajas o cero emisiones.

Paralelamente, la gestión ambiental responsable en sus operaciones se ha convertido en una prioridad. La optimización del uso de recursos, la reducción del consumo energético y la adopción de prácticas eco-responsables son parte

de sus estándares operativos. Un hito relevante fue la implementación de 250 paneles solares en su nueva Oficina Principal en Santa Cruz, se trata del Showroom más grande de Latinoamérica, y que convierte a Toyosa en la primera empresa automotriz del país en utilizar energía solar en su edificio corporativo y comercial. Esta iniciativa no solo reduce su huella energética, sino que marca un precedente en el sector.

Asimismo, destaca la producción de grasa industrial a partir de aceites usados, un ejemplo concreto de economía circular aplicada a la

industria automotriz. Esta práctica contribuye a minimizar residuos y transformar desechos en nuevos recursos, reforzando su compromiso con la gestión ambiental sostenible.

En el ámbito social, Toyosa impulsa programas de seguridad vial y educación, promoviendo una conducción responsable y contribuyendo a la prevención de accidentes. A ello se suma la generación de empleo formal con más de 500 colaboradores directos y muchos más indirectos; la capacitación técnica constante de este personal, fortalece también, el desarrollo del talento humano y aporta al crecimiento económico del país.

La ética y la transparencia empresarial son también ejes fundamentales. Para Toyosa, el desarrollo sostenible no es una estrategia de Marketing, sino un principio transversal que guía sus marcas, decisiones y operaciones.





IMPACTO Y CULTURA ORGANIZACIONAL SOSTENIBLE

Durante la última gestión, los resultados reflejan avances concretos. En lo que a Responsabilidad Social Empresarial refiere, Toyosa viene apoyando de manera activa causas médicas como la del Instituto Oncológico; causas de apoyo a sectores vulnerables, como a niños y niñas del Hospital Materno Infantil en La Paz o causas con los sectores con capacidades diferentes, como son los niños y niñas con Síndrome de Down.

En el plano ambiental, se logró una reducción en el consumo energético y se fortaleció la promoción de vehículos híbridos y prácticas eco-responsables. En el plano social y organizacional, la empresa fue reconocida como empleador destacado, consolidando su reputación como una institución comprometida con el bienestar y desarrollo de sus colaboradores.

La formación técnica continua, la mejora de los estándares de servicio y la implementación de un Programa Integral de Experiencia del Cliente evidencian una visión que entiende la sostenibilidad también desde la excelencia operativa y la calidad en la atención.

“Toyosa somos todos” es parte de nuestra cultura empresarial. Representa el reconocimiento y agradecimiento al esfuerzo y compromiso de nuestros colaboradores, y nos recuerda que el futuro de Toyosa no lo construye una sola persona, sino que lo construimos juntos, cada día.

Erick Saavedra Mendizabal
PRESIDENTE EJECUTIVO DE TOYOSA

Internamente, Toyosa fortaleció su clima laboral y el compromiso institucional. Las mediciones constantes de satisfacción interna respaldan un enfoque centrado en el bienestar, la mejora continua y la construcción de una cultura organizacional sólida y coherente con sus valores.

EVOLUCIÓN Y VISIÓN DE FUTURO

De cara al futuro, sus objetivos son claros: ampliar la transición hacia soluciones de movilidad de cero o bajas emisiones, fortalecer su impacto social positivo, consolidar una cultura organizacional sostenible e innovar en experiencias digitales y de servicio centradas en el cliente.

En un mercado cada vez más exigente y consciente, Toyosa demuestra que es posible crecer con responsabilidad, innovar con propósito y construir valor compartido para la sociedad. Su apuesta por la sostenibilidad no solo fortalece su posición como referente del sector automotriz en Bolivia, sino que consolida una visión de empresa que entiende que el verdadero liderazgo se ejerce generando impacto positivo y sostenible en el tiempo. ■





CUANDO LA MINERÍA TAMBIÉN CONSTRUYE FUTURO

En Bolivia, la minería no es solo una actividad económica. Es memoria, es identidad y, sobre todo, es futuro. En un momento en que el país busca reactivar su economía y generar nuevas oportunidades, el sector minero vuelve a ocupar un lugar central. Pero el gran desafío ya no es únicamente producir más, sino hacerlo con responsabilidad, transparencia y la capacidad de generar oportunidades reales para miles de familias.



En este sentido, el Grupo Minero Sinchi Wayra ha construido un modelo de gestión que demuestra que la minería puede ser sinónimo de desarrollo integral. Como líder en minería subterránea y uno de los principales productores de zinc y plomo con contenidos de plata en el país, desarrolla operaciones desde la explotación en

interior mina hasta la comercialización internacional. Sin embargo, su impacto no se mide solo en cifras económicas, sino en el valor agregado que genera para las personas que forman parte del entorno y de Bolivia en su conjunto.

Porque detrás de cada operación hay trabajadores, familias y comunidades que conviven con la actividad minera. Y es allí donde la visión cobra sentido.

Para Sinchi Wayra, hacer minería responsable significa priorizar la seguridad en cada proceso, respetar el medio ambiente y generar relaciones de confianza y duraderas. Significa entender que el crecimiento económico, solo es sostenible cuando se construye junto a quienes forman parte del entorno.

La empresa guía su gestión de sostenibilidad bajo un enfoque Ambiental, Social y de Gobernanza que le permite actuar y reportar sus resultados de manera transparente, en con-

formidad a estándares Internacionales como los del Global Reporting Initiative (GRI). Esta mirada refuerza la cultura de transparencia, promueve la rendición de cuentas y fortalece la confianza con trabajadores, comunidades y la sociedad en su conjunto.

Su compromiso también se refleja en su participación activa en la Red Bolivia del Pacto Global de Naciones Unidas, donde lidera iniciativas de gobernanza transformacional, como empresa Big Changer. Junto a aliados estratégicos, impulsó la primera Acción Colectiva, a través de la creación de un Código de Conducta y Ética para Empresas Bolivianas, promoviendo principios que hoy son esenciales para la competitividad: respeto a derechos humanos, integridad, transparencia, y lucha contra la corrupción.

El compromiso del Grupo Minero Sinchi Wayra con el desarrollo integral se vuelve tangible cuando se

recorren las comunidades.

En el Centro Minero Bolívar, a una hora de Oruro, jóvenes y mujeres del Ayllu Antequera, encuentran en la gastronomía una nueva oportunidad. A través de la alianza estratégica con "Manq'a", reciben formación técnica, desarrollan habilidades

“La minería solo es sostenible cuando crece junto a las comunidades que la rodean”



empresariales y redescubren el valor de los productos locales. Lo que comienza como un curso puede convertirse en un emprendimiento propio, en un servicio de catering o en un pequeño restaurante que rescata sabores e identidad de la comunidad.

Por otro lado, en regiones donde la minería es la principal fuente de empleo, abrir nuevas posibilidades económicas es clave. Por eso, en alianza con la "Fundación Emprender Futuro", Sinchi Wayra impulsa programas que fortalecen el emprendimiento de jóvenes y mujeres en Oruro y Potosí. La capacitación, el acompañamiento y el acceso a herramientas prácticas y tecnológicas, permiten que más personas construyan autonomía financiera y proyecten un futuro distinto.

El Grupo Minero está convencido que el desarrollo parte por la educación. Junto a "Enseña por Bolivia", la empresa acompaña a docentes en su formación en liderazgo pedagógico y gestión del cambio, apostando a que transformar el aula es sembrar oportunidades a largo plazo. Cuando un maestro crece, crece también su comunidad.

Asimismo, en Antequera y Jayaquila, a través de la alianza con "Orkidea Andina" los invernaderos tecnificados han

cambiado la relación con la tierra. Adaptados a condiciones de frío y altura, permiten producir alimentos durante todo el año, mejorar la nutrición familiar y generar ingresos adicionales. Son espacios donde la tecnología se combina con el conocimiento local y donde la sostenibilidad deja de ser un concepto abstracto para convertirse en práctica diaria.

Cada una de estas iniciativas responde a una idea sencilla pero poderosa: la minería puede ser una plataforma de desarrollo que trascienda la operación productiva. Puede generar empleo, pero también oportunidades. Puede dinamizar la economía, pero también fortalecer capacidades y autoestima comunitaria.

El Grupo Minero Sinchi Wayra entiende que el verdadero progreso no se construye en solitario. Se construye con alianzas, con diálogo y con una visión compartida de país. Una visión en la que el crecimiento económico camina junto al cuidado del entorno y al bienestar social.

Porque cuando la minería se gestiona con responsabilidad y sentido humano, deja de ser solo una industria para convertirse en un motor de transformación. ■

"El impacto de una operación minera no se mide solo en cifras, sino en el valor que genera para las personas"

MINERÍA RESPONSABLE CON SELLO BOLIVIANO

La riqueza no solo está en la tierra, sino en cómo la cuidamos

INDUSTRIA FARMACÉUTICA CON GESTIÓN SOSTENIBLE Y LIDERAZGO ASG

En Laboratorios Bagó de Bolivia, la sostenibilidad se convirtió en una decisión estratégica que atraviesa procesos, cultura y gobernanza. Desde la implementación de un modelo de economía circular hasta la medición rigurosa de su huella de carbono, la organización integró criterios ambientales, sociales y de gobernanza como parte estructural de su manera de hacer industria en el país.



Ética al servicio de la salud



Hablar de sostenibilidad en el ámbito farmacéutico implica asumir responsabilidades que atraviesan toda la cadena de valor. En el caso de Laboratorios Bagó de Bolivia S.A. ese compromiso se vinculó directamente con su propósito de trascender para el bienestar de las y los bolivianos, generando valor para las personas, la biodiversidad y el planeta.

La organización integró criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en su modelo de negocio, incorporando la sostenibilidad como parte estructural de su estrategia corporativa. Desde 2020 consolidó un Modelo de Economía Circular mediante el programa Piensa Circular, con impacto transversal en procesos, recursos y gestión de residuos.

El camino comenzó con un enfoque ético y de cumplimiento, alineado al Pacto Global de las Naciones Unidas y a estándares como GRI e ISO 26000. Con el tiempo, este marco evolucionó hacia una gestión con metas medibles, reportes bajo estándares GRI, gobernanza fortalecida, compliance y alianzas estratégicas que respaldan su desempeño.

La definición de programas respondió a un análisis de temas materiales como agua, energía, materiales, emisiones, residuos y biodiversidad, además de la evaluación de impactos y riesgos ASG. Este proceso permitió priorizar acciones con mayor incidencia operativa y ambiental. El proyecto SERVID es ejemplo de esta lógica: impulsando negocios verdes, promoviendo soluciones circulares y reducción de residuos.

La medición del impacto forma parte central del modelo. Bagó implementó indicadores alineados a GRI, estableció una línea base de huella de carbono y definió metas al 2030, acompañadas de revisión continua. La adopción de GRI 2021 reforzó la evaluación de impactos y la transparencia en la información reportada.

Este proceso reflejó una transformación interna sostenida, evolucionando de una RSE tradicional a un modelo estratégico ASG integrado, que articula reducción de emisiones, economía circular, equidad e innovación. Así, la organización integró competitividad y responsabilidad en una misma ruta de gestión, comprendiendo que el desarrollo industrial exige resultados medibles que integren desempeño económico, impacto ambiental y compromiso social. ■





SAMUEL DORIA MEDINA, EL MAYOR IMPULSOR DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN BOLIVIA

Mucho antes de que la responsabilidad social se convirtiera en una exigencia empresarial en Bolivia, Samuel Doria Medina ya la había incorporado como parte central de su visión de negocios. Desde SOBOCE hasta la creación de los CITES, el concurso Emprende Ideas y la Casa del Adolescente, su apuesta fue clara: entender que el desarrollo de la empresa solo es posible si avanza de la mano del desarrollo del país.

El concepto de responsabilidad social fue introducido al país a fines de los años 90, una época en la que la inestabilidad social obligaba a las empresas, especialmente a las petroleras, a preocuparse por el palpable malestar que sentía la sociedad por la situación del país.

Antes de esto, Samuel Doria Medina ya practicaba el concepto como presidente ejecutivo de la Sociedad Boliviana del Cemento (SOBOCE).

¿Por qué? Samuel piensa que, al margen de cuáles sean sus motivaciones personales, ningún empresario puede ignorar que su negocio solo progresará sosteniblemente con una visión de largo plazo. Si la única preocupación de los dueños de las compañías es el flujo de caja y la cantidad de dividendos que pueden obtener cada año para engrosar sus cuentas bancarias, entonces estos no invertirán en responsabilidad social y a larga pagarán un alto costo por eso.

SOBOCE encaró la tarea y lo hizo muy bien, con mejor ánimo y mayor eficiencia que casi todas las demás empresas bolivianas. “Al principio fue totalmente intuitivo”, dice Doria Medina. SOBOCE comenzó a arrojar ganancias y se decidió invertir un porcentaje de ellas en beneficios para los trabajadores y la comunidad. “Muchas empresas destinaban a esto 1 o 2% de sus utilidades, pero nosotros decidimos que sería

el 10%”, explica el empresario. “Bolivia es Bolivia: aquí uno no puede hacer una empresa como si estuviera en Suiza”, señala. “Allá es suficiente con pagar impuestos y dar empleo, pero aquí las necesidades son tan importantes, el país es tan pobre, que si uno quiere tener un negocio viable, debe acercarse a la comunidad y ayudarla a resolver los problemas. Y esto no se puede lograr con propinas”. El 10% asignado por SOBOCE comenzó siendo un guarismo de miles de dólares, pero con el éxito de la empresa, se convirtió en millones (tres

millones de dólares a la salida de Doria Medina de la fábrica).

Gracias a lo mencionado, SOBOCE pasó por el lustro más convulsionado de la historia contemporánea (2000-2005) con un récord impecable: cero huelgas, cero conflictos con la comunidad.

Samuel partía de que el Estado no puede proveer de servicios básicos a los ciudadanos, de la poca capacidad de las instituciones para garantizar la protección del ambiente, etc. Al mismo tiempo, las empresas

poseen mejores recursos humanos y una organización más eficiente que el mismo Estado. Por tanto, deben colaborar en las tareas del desarrollo.

La responsabilidad social se diferencia del asistencialismo porque este es cortoplacista y disperso, solo busca “apagar incendios” y por tanto, termina cimentando una re-



Samuel con influencers



1er lugar en Emprende Ideas en Turismo 2025 es Huáscar Inti Quintanilla representante de Potosí, con su emprendimiento "Nómada Experiencie"



2do lugar en Emprende Ideas en Turismo 2025 es Armando Sánchez representante de Beni, con su emprendimiento "Indígena Tours"

lación de tipo paternalista entre la empresa y la comunidad, que a menudo se invierte, es decir, se torna en una constante petición de ayuda a la compañía por parte de la comunidad. Otra cosa, en cambio, es "dar cañas de pescar en lugar de pescados", como suele repetir Doria Medina.

LOS CITES

Así aparece una receta para asegurar la difusión del espíritu industrial y empresarial entre los pobres. Un estudio determinó que la principal vocación manufacturera del país era la textil, que se practicaba de manera artesanal y con baja productividad en casi todas las regiones. Había entonces que ofrecer capacitación y tecnología a los confeccionistas para que elevaran su productividad y sofisticaran sus procedimientos de trabajo, con lo que tendrían mejores posibilidades de presentarse en el mercado con productos más elaborados y, por tanto, capaces de darles mayores ingresos.

El primer CITE boliviano se fundó en noviembre de 2012, en Santa Cruz, en la populosa Villa 1 de Mayo.

Los demás llegarían con la premura que Samuel suele imprimirle a sus realizaciones. En marzo de 2013 se inauguraría el CITE de Cochabamba y luego vendrían, en seguidilla, los de Tarija, La Paz, El Alto (confecciones), Trinidad (confecciones), Oruro, Trinidad (tecnologías de la comunicación), El Alto (madera y carpintería).

Luego de la venta de SOBOCE, Samuel se llevaría estos centros consigo, para continuar la experiencia. Hasta ahora sigue financiando a varios de ellos.

"EMPRENDE IDEAS"

Como se ve a lo largo de esta historia, el compromiso de Samuel Doria Medina con la responsabilidad social se ha expresado sobre todo a través del apoyo al emprendimiento. Hoy el método principal que emplea para esto es el concurso Emprende Ideas. Ya ha organizado once versiones, inclusive una en plena pandemia. Los últimos concursos han sido para emprendimientos gastronómicos y turismo, en correspondencia con la idea de Samuel de revolucionar esta actividad

productora de dólares para contribuir a la solución de la crisis actual.

La Fundación Samuel Doria Medina Arana, llamada así en homenaje al padre de Samuel y fundador del grupo empresarial, selecciona 15 proyectos finalistas del Emprende Ideas para que sean conocidos y evaluados por un jurado especializado y por el público en general. Al final, ocho se llevan premios que deben invertir como capital semilla.

De esta manera, una gran cantidad de pequeñas y microempresas se han consolidado, aportan a la diversificación de la economía nacional y funcionan como fuentes laborales y de ingresos para muchas familias.

"Muchas veces he recibido testimonio de emprendedores de todas partes del país que me han hecho comprender lo importante que fue para ellos ese impulso que logramos dar con los concursos Emprende Ideas a su negocio. Qué bueno sería si este concurso e iniciativas parecidas se multiplicaran y ampliaran muchas veces desde el Estado", sueña Samuel.

LA CASA DEL ADOLESCENTE

Otro proyecto de la Fundación Doria Medina es la Casa del Adolescente, centro paceño de apoyo a los adolescentes y sus familias para enfrentar problemas psicológicos, adicciones y conflictos escolares.

En más de diez años de trabajo, la Casa ha beneficiado a miles de jóvenes y padres con servicios de terapia familiar, cursos de reforzamiento académico y talleres de arte y expresión en distintas disciplinas. En la Casa del Adolescente, chicos de ambos sexos aprenden a bailar, pintar, dibujar y actuar, entre otras actividades destinadas a mejorar su autoestima y darles habilidades de socialización que los fortalecen para enfrentar los vicios al mismo tiempo que los alejan de la violencia.

"Pocas instituciones se ocupan de apoyar a este grupo de la población, que sin embargo requiere de mucha atención, ya que un buen desarrollo de los jóvenes elimina muchos problemas sociales, y enriquece y potencia la fuerza laboral del país", afirma Samuel. Esta iniciativa del empresario no tiene carácter político, sino estrictamente social. ■



3er lugar en Emprende Ideas en Turismo 2025 es Jerome Maurice representante de Santa Cruz con su emprendimiento "Ruta Saborearte Chiquitos"



Samuel con ganadores



65 AÑOS ALIMENTANDO BOLIVIA CON RESPONSABILIDAD

En 2025, PIL Bolivia cumplió 65 años de historia. Seis décadas y media que le han permitido consolidarse como una de las industrias de alimentos más importantes del país, con presencia nacional, una amplia cadena de valor y el compromiso permanente de alimentar a Bolivia con calidad, innovación y cercanía.

En PIL no sólo elaboramos alimentos; ofrecemos nutrición que cuida a las personas y acompaña su bienestar. Nuestro compromiso es ir más allá: entregar productos nutritivos que alimenten con responsabilidad y reflejen nuestra esencia de cuidar a Bolivia”, señala Javier Basta, Gerente Legal e Institucional de PIL Bolivia. Esta mirada guía las decisiones estratégicas de la empresa y genera valor compartido para consumidores, colaboradores, proveedores y comunidades.

“A lo largo de estos años, nuestro propósito ‘Crecemos juntos alimentando Bolivia’ ha guiado cada paso de la empresa. Hoy ese propósito se fortalece con una mirada más amplia: entendemos que el crecimiento solamente tiene sentido si es sostenible. Porque alimentar también significa cuidar a nuestra comunidad, a nuestros colaboradores, la manera en que producimos y el impacto que generamos en el entorno”, añade Basta.



COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA Y LA GOBERNANZA

La sostenibilidad forma parte estratégica del negocio de PIL Bolivia y se gestiona de manera transversal. En este marco, la compañía ha reforzado sus políticas de cumplimiento, ética y transparencia, con códigos institucionales vigentes, procesos de mejora continua y la implementación de estándares como normas ISO. Estos mecanismos permiten tomar decisiones responsables, prevenir riesgos, fortalecer la cultura organizacional y consolidar la confianza con los distintos grupos de interés.

Asimismo, la gobernanza responsable se traduce en una gestión más ordenada, en la rendición de cuentas y en una toma de decisiones alineada a principios éticos, entendien-

do que la confianza es un activo clave para la sostenibilidad de largo plazo. “Para PIL Bolivia, actuar con integridad y coherencia es una condición indispensable para construir relaciones duraderas”, afirma el Gerente Legal e Institucional de la compañía.

COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

El desempeño ambiental de una industria de alimentos depende de gestionar eficientemente los recursos que habilitan su operación. Por ello, PIL Bolivia trabaja en tres frentes complementarios: agua, energía y residuos, integrando criterios de eficiencia, innovación y mejora continua.

En agua, sus plantas industriales de Santa Cruz y Cochabamba incorporan sistemas de ósmosis inversa que permiten reutilizar agua de procesos en usos internos, reduciendo la extracción de fuentes hídricas y mejorando el desempeño del indicador de metros cúbicos por tonelada producida. Estas acciones se complementan con Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) que aseguran una devolución responsable del recurso, cumpliendo estándares ambientales nacionales.

En energía, la empresa avanza hacia fuentes más limpias y eficientes. Contamos con generación fotovoltaica que abastece una porción del consumo eléctrico en las PTAR de Santa Cruz y Cochabamba, además de capacidad instalada de 60 kWp en el punto de venta PIL Express Santa Cruz. Paralelamente, mantiene un programa continuo de eficiencia energética para optimizar sistemas térmicos y eléctricos, reduciendo consumos y fortaleciendo la gestión responsable de la energía.

En residuos, PIL Bolivia impulsa un enfoque de economía circular basado en separación en origen, clasificación adecuada y trabajo con gestores autorizados. Actualmente, sus plantas alcanzan un 76% de reciclabilidad. Asimismo, ha incorporado la Responsabilidad Extendida del Productor (REP), asumiendo un rol activo en la gestión de los envases que coloca en el mercado y avanzando hacia iniciativas de educación y reciclaje que fortalezcan una cultura de consumo responsable.

Esta agenda ambiental se gestiona con indicadores y controles internos, convencidos de que sólo aquello que se mide puede mejorarse de forma sostenida.

COMPROMISO CON LAS PERSONAS Y LA COMUNIDAD

Para PIL Bolivia, la sostenibilidad también se construye desde las personas. Por eso, cuenta con una política activa de donaciones, canalizando productos de alto valor nutritivo a quienes más lo necesitan y respondiendo con agilidad ante situaciones de emergencia.

Desde 2022, en alianza con el Banco de Alimentos de Bolivia, la empresa ha entregado un acumulado de 71.587



toneladas de alimentos, beneficiando a 189 instituciones y a más de 38.516 personas en todo el país.

Además, brinda asistencia inmediata ante emergencias por incendios e inundaciones en regiones como Tarija, Samaipata, El Torno, Warnes y la Chiquitanía, con más de 12.000 litros donados entre leche, jugos y agua.

En 2025 lanzó su primer voluntariado corporativo, Huella PIL, con 78 voluntarios inscritos y 95 niños apadrinados durante las primeras actividades navideñas realizadas en Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. Esta iniciativa fortalece la cultura solidaria dentro de la organización y reafirma su compromiso con la niñez y con las familias que acompañamos desde la nutrición y el bienestar.

“Con 65 años de trayectoria, reafirmamos el compromiso de PIL Bolivia de seguir alimentando al país con calidad, integrando eficiencia ambiental, gobernanza responsable y bienestar social, con una mirada especial en la niñez y en las futuras generaciones”, concluye Javier Basta. ■





UNA COMPAÑÍA COMPROMETIDA CON LA SOSTENIBILIDAD COMO PILAR ESTRATÉGICO

La Boliviana Ciacruz Seguros reafirma su compromiso con el desarrollo sostenible como uno de los pilares estratégicos de su actividad y, como signataria del Pacto Global de las Naciones Unidas, reconoce la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como marco de referencia internacional para orientar su gestión y su contribución al desarrollo sostenible.

Con 80 años de trayectoria sólida en el mercado boliviano, La Boliviana Ciacruz ha evolucionado hacia un modelo de negocio centrado en las personas, la innovación con propósito y la inclusión financiera. Conscientes del papel clave del sector asegurador en la protección de los colectivos más vulnerables, en LBC impulsamos activamente el desarrollo de **microseguros y seguros inclusivos** que se traducen en soluciones de protección innovadoras que responden a las necesidades reales de personas y comunidades tradicionalmente desprotegidas, lo que consolida a la compañía como un **referente a nivel nacional e internacional en el desarrollo de este tipo de seguros**.

Estos productos permiten ofrecer coberturas accesibles, asequibles, flexibles y adaptadas, contribuyendo a la resiliencia financiera y al bienestar social, especialmente en contextos de mayor vulnerabilidad económica. En este marco, LBC apuesta también por el diseño de **seguros con enfoque de género**, que incorporan



una mirada específica sobre las necesidades de las mujeres, promueven la equidad, la autonomía económica y su protección.

“La sostenibilidad tiene una dimensión social fundamental, y en LBC entendemos que el seguro es una herramienta clave para la inclusión y la igualdad. A través de los microseguros, los seguros inclusivos y los productos con enfoque de género, buscamos generar un impacto positivo y tangible en la vida de las personas y en la sociedad”, señala **Mónica Beltrán Romay**, Gerente Nacional Estrategia y Marketing de La Boliviana Ciacruz Seguros. Actualmente, LBC tiene más de 50 alianzas estratégicas con entidades de intermediación financiera y otras empresas, lo que le permiten llegar con este tipo de productos a más de **2,6 millones de bolivianos y bolivianas** en todo el país.

El compromiso de LBC comienza dentro de la organiza-

ción, a través de una firme apuesta por el **bienestar integral**, la salud y el desarrollo profesional de sus colaboradores, a



quienes considera un pilar fundamental para la sostenibilidad del negocio. La Compañía promueve un entorno de trabajo seguro, equitativo, inclusivo y respetuoso, impulsando iniciativas orientadas a la salud física y emocional, la conciliación entre la vida personal y laboral y la formación continua. Actualmente, La Boliviana Ciacruz Seguros cuenta con una composición equilibrada de género, con un 47% de mujeres y un 53% de hombres en su plantilla de colaboradores, así como una destacada presencia femenina en posiciones clave de liderazgo, particularmente en niveles de subgerencia y gerencia, reflejo de una cultura organizacional basada en el mérito, la diversidad y el respeto.

La dimensión social de la sostenibilidad se refleja también en el apoyo de LBC al deporte como herramienta de integración y desarrollo personal, a través del **Team LBC**, y su firme compromiso con **Olimpiadas Especiales**, respaldando a deportistas que representan a Bolivia en eventos internacionales y promoviendo el deporte inclusivo, la visibilización y la participación de las **personas con discapacidad intelectual** en la sociedad.

En el ámbito medioambiental, La Boliviana Ciacruz destaca la **alianza con la Fundación Latinoamericana del Desarrollo Económico y Social (FLADES)** para la recuperación y conservación de bosques, reforzando su compromiso con la lucha

contra el cambio climático y la preservación del patrimonio natural para las futuras generaciones, impulsando la producción de **25.000 plantines semestrales** en Santa Ana de Velasco (Chiquitanía), destinados a procesos de reforestación posteriores a los incendios forestales registrados en la región. Esta iniciativa combina **formación musical para niños y niñas de la Escuela de Música de Santa Ana** con la campaña educativa permanente **“Cero Fuego 365 días”**, orientada a la prevención de incendios forestales en la región.

“Nuestro propósito es claro: construir un modelo de negocio que, además de ser rentable, sea justo, transparente y consciente de su impacto. Para LBC, la sostenibilidad no es solo un compromiso corporativo, sino una responsabilidad con la sociedad y el país. Generar valor significa proteger a las personas, impulsar la inclusión y contribuir activamente al cuidado del medioambiente”, señala **Mónica Beltrán Romay**.

Este enfoque integral se apoya en un sólido **modelo de buen gobierno corporativo**, basado en la ética, la transparencia y la gestión responsable, que refuerza la confianza de clientes, socios y grupos de interés.

Con estas iniciativas, LBC consolida su apuesta por un modelo de negocio sostenible, responsable e inclusivo, reafirmando su compromiso con el desarrollo social, económico y ambiental de Bolivia. ■





INVERSIÓN EN CAPITAL HUMANO: EL IMPACTO ESTRATÉGICO DEL BMSC A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN “PUEDES CREER” EN BOLIVIA DESDE HACE MÁS DE 15 AÑOS

Como brazo social del Banco Mercantil Santa Cruz, la Fundación ha impactado a más de 76.000 personas en todo el país a través de programas estructurados en educación superior, salud especializada y formación en valores.

Su intervención no responde a acciones aisladas de filantropía, sino a una visión integral de sostenibilidad, donde la inclusión educativa y la generación de oportunidades constituyen pilares para reducir brechas estructurales.

Educación Superior Universitaria: “Programa Becas, eje de movilidad social” es el estandarte institucional y el principal vehículo de transformación estructural de la Fundación. Más que otorgar apoyo financiero, construye trayectorias de vida, fortalece capacidades y genera oportunidades reales de inserción en la economía formal.

Establecido en alianza con la ePC de la Universidad Católica Boliviana en La Paz y posteriormente ampliado a Santa Cruz en 2019, el Programa es un modelo integral que incluye acompañamiento académico, formación en liderazgo, cultura emprendedora y acceso a cobertura de salud, gracias a alianzas estratégicas nacionales.

Resultados que consolidan impacto: Más de 1.000 jóvenes en situación de vulnerabilidad beneficiados a nivel nacional con 15 generaciones en La Paz y ocho en Santa Cruz; 555 titulados, hoy insertos en el mercado laboral formal o liderando emprendimientos propios; 30 profesionales becados en programas en línea de postgrado en Europa, fortaleciendo capacidades de liderazgo y gestión, más 14 nuevos estudiantes cursando actualmente maestrías con beca completa.

Como señala Hernán Gonzales, Gerente de RSE: “Cada becario transforma su propio futuro y se convierte en un mul-

tiplicador de oportunidades para su familia y su comunidad. Apostar por educación superior es apostar por desarrollo sostenible, productividad y cohesión social”.

Salud: sostenibilidad y calidad de vida. Complementando su eje educativo, la Fundación desarrolla intervenciones sostenibles en salud especializada, enfocadas en restituir autonomía y garantizar continuidad de vida a personas en situación vulnerable. A través del Programa Manitos en alianza con la Fundación SOS Mano Bolivia, se han realizado más de 2.000 procedimientos quirúrgicos gratuitos en 36 campañas a nivel nacional, atendiendo a más de 960 pacientes que recuperaron autonomía funcional. Por otro lado, con el Programa DAVOSAN, se apoya a pacientes con la dotación de medicamentos esenciales.

Deporte y formación en valores: construcción de ciudadanía a través del

Programa Entrenando Valores. Desarrollado en alianza con la Fundación Real Madrid y la Fundación Alalay, socios estratégicos, la Fundación impulsa nueve Escuelas Sociodeportivas en La Paz, Santa Cruz y Tarija. Más de 62.300 personas impactadas con formación en valores, en liderazgo, disciplina, trabajo en equipo y compromiso social.

El deporte se convierte así en una herramienta pedagógica que fortalece habilidades blandas y previene riesgos sociales.

Estos programas incorporan a través del CENTAVOLUNTARIO, un componente participativo mediante aportes voluntarios de clientes del Banco, fortaleciendo un ecosistema solidario que amplía el alcance del impacto social.

La Fundación reafirma que la inversión estratégica en capital humano es la vía más efectiva para construir una Bolivia más competitiva, inclusiva y próspera.

El enfoque institucional prioriza movilidad social sostenible, generación de empleo formal, formación de liderazgo joven, reducción de brechas educativas e Impacto medible y replicable. Más que asistencia, el modelo promueve autonomía. Más que apoyo puntual, construye futuro. ■



Programa Becas



JUNTOS LES DAMOS UN FUTURO



Dona aquí:



La Fundación Mercantil Santa Cruz "Puedes Creer", mediante su programa **Becas**, abre oportunidades para que más jóvenes a través de la educación construyan un mejor futuro.
Juntos transformamos vidas.



BANCO FIE UNA TRAYECTORIA DE 40 AÑOS LIGADA A UN ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD

Inspirado en su propósito de inclusión financiera y social de la población, Banco FIE es un referente de banca inclusiva, responsable y sostenible, en el marco de los pilares de Igualdad de Género, Agronegocios Sostenibles y Ecoeficiencia Institucional

Las acciones de Banco FIE, en línea con la sostenibilidad fortalecen la esencia de su identidad corporativa, como un valioso aporte a la construcción de una sociedad sostenible, inclusiva, equitativa y con igualdad de oportunidades consolidando su enfoque de sostenibilidad, fundamentado en los pilares de Igualdad de Género, impulsando el empoderamiento económico y liderazgo de las mujeres a través del Modelo de Gestión y Liderazgo "Marca Magenta, Agronegocios Sostenibles, a través de un financiamiento responsable al sector agropecuario, promoviendo el cuidado del medio ambiente y Ecoeficiencia Institucional con el objetivo de reducir el impacto ambiental en nuestras operaciones.

"El compromiso auténtico de Banco FIE está en el propósito de impulsar una transformación positiva, desarrollamos todas nuestras acciones buscando generar un impacto en la calidad de vida de las personas, en la comunidad y también en el planeta que habitamos. Nuestro accionar ligado a la sostenibilidad está relacionado a nuestra esencia de inclusión con la visión de llevar los servicios financieros a un futuro sostenible", destacó Claudia San Martín, Gerenta Nacional de Sostenibilidad de Banco FIE.

Para el Banco, una de las experiencias más significativas, en línea con las finanzas sostenibles, es el trabajo con el sector agropecuario, a través de la estrategia FIExperto. Hace doce años, esta entidad financiera inició la incorporación de herramientas de debida diligencia en el marco de la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático, introduciendo elementos que permitan evaluar acciones de mitigación y adaptabilidad primero en el sector micro, para luego



Ximena Behoteguy, Presidenta de Directorio de Banco FIE

expandirse al sector PyME y Corporativo, consolidando a Banco FIE como líder en el sector agropecuario con una cartera de 502 millones de dólares.

BANCO FIE: UN REFERENTE QUE APORTA A LA IGUALDAD DE GÉNERO

Banco FIE se consolida como un referente nacional e internacional por su Modelo de Gestión y Liderazgo "Marca Magenta". Para el Banco la igualdad de género es un principio de su enfoque de sostenibilidad, ligado a sus 40 años de historia que consolidan a esta entidad financiera como un referente que inspira no solo por su trabajo en favor de la micro y pequeña empresa, sino por sus acciones que promueven el empoderamiento económico y el liderazgo de las mujeres.

"Las Mujeres debemos estar presentes donde se toman decisiones; el liderazgo de las mujeres aporta diversidad de pensamiento, habilidades de comunicación efectiva y una visión estratégica que impulsa la innovación empresarial. En Banco FIE contamos con un equipo de mujeres altamente calificadas, que día a día asumen responsabilidades clave, consolidando nuestro crecimiento sostenido y posicionándonos como una de las entidades financieras más importantes del país", destacó Ximena Behoteguy, Presidenta de Directorio de Banco FIE.

Banco FIE mantiene viva, la misión de inclusión e igualdad a través de acciones concretas que fomentan el liderazgo femenino. El Banco asegura la participación de mujeres en cargos jerárquicos y espacios de decisión, siendo un referente en el sistema financiero por la promoción de liderazgos femeninos. ■





el **poder** de
nuestra voz

Marca
Magenta **fie**

Nuestra historia nació de la voluntad de incluir a quienes el sistema olvidaba.
Hoy reafirmamos que nuestro compromiso va más allá de las palabras: somos
el respaldo de tus proyectos, el eco de tu valentía y el aliado de tu crecimiento.

**Porque cuando nos unimos,
nada puede detener el poder de nuestra voz.**

 **Banco Fie**
¡eres tú!



LIDERA LA CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE DE BOLIVIA

En su centenario, SOBOCE, reafirmó su propósito superior de: Generar soluciones sostenibles e innovadoras que mejoran la calidad de vida de la sociedad, que guía cada decisión corporativa y consolida su liderazgo hacia una construcción más resiliente y baja en carbono.

SOSTENIBILIDAD ALINEADA A LOS DESAFÍOS GLOBALES

Uno de los pilares de esta transformación es la economía circular. A través de su empresa de servicios ambientales NetGreen, SOBOCE impulsa el coprocesamiento de residuos sólidos urbanos e industriales, convirtiéndolos en energía para sus procesos productivos. En su planta de Viacha, residuos que antes terminaban en rellenos sanitarios hoy reemplazan combustibles fósiles, reduciendo emisiones y aportando a la gestión sostenible de residuos. Este modelo, desarrollado junto a municipios y autoridades, posiciona a la empresa como aliado estratégico frente a la crisis ambiental urbana y como actor clave en su hoja de ruta hacia la carbono neutralidad.

En materia de innovación, el Centro de Innovación y Asesoría Técnica (CIATEC) trabaja en soluciones para reducir la huella ambiental del cemento y prolongar la vida útil de las infraestructuras. Entre sus avances destaca el cemento Eco Premium Plus, el primero en Bolivia con huella de carbono certificada, que reduce hasta en 30% las emisiones de CO₂ frente a productos tradicionales. A ello se suma el cemento Ultrarepelente al Agua, diseñado para resistir alta humedad, mejorar la durabilidad de las obras y disminuir costos de mantenimiento y consumo de recursos.

La compañía también promueve espacios de articulación sectorial como el 2º Foro de Sostenibilidad e Innovación para el Sector de la Construcción, que reunió a más de 500 representantes del ámbito público, privado y académico para impulsar ciudades más resilientes y bajas en carbono.

El liderazgo sostenible de SOBOCE se extiende a su cadena de valor. A través de ConstrúRed, la red de ferreterías más grande del país, fortalece a pequeños y medianos emprendedores mediante capacitación, asistencia técnica y acceso a productos ecoeficientes, elevando estándares RSE que transforma comunidades en el sector.

RSE QUE TRANSFORMA COMUNIDADES

En el ámbito social, la empresa impulsa proyectos de infraestructura comunitaria, programas educativos y deportivos y alianzas orientadas a la inclusión y desarrollo de comunidades.

Destacan el apoyo a las escuelas sociodeportivas de la Fundación Real Madrid, el respaldo al Club Femenino ITA, desde donde se apoya a niños, niñas y adolescentes en condiciones vulnerables y la protección de las huellas de dinosaurio en el Parque Nacional Toro Toro, además de iniciativas para jóvenes y poblaciones vulnerables.

SOBOCE ha alineado su gestión a los Objetivos de Desarrollo

Sostenible, estructurando su Estrategia de Sostenibilidad en pilares como descarbonización y acción climática, economía circular, desarrollo del talento y diversidad, equidad de género, fortalecimiento de la cadena de valor y creación de valor compartido.

A cien años de su fundación, la compañía consolida un modelo que combina innovación, eficiencia y responsabilidad ambiental y social, demostrando que la industria puede ser protagonista en la construcción de un futuro más sostenible para Bolivia. ■



Escuelas sociodeportivas de la Fundación de Real Madrid



Enlosetado en la comunidades de Colquencha y Marquiviri



Alianza para proteger las huellas de dinosaurio en Parque Nacional Toro Toro



Desarrollamos con éxito el:

2DO FORO NACIONAL

SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

INNOVACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA A LA CONSTRUCCIÓN SOSTENIBLE



+500
asistentes

3
speakers
internacionales

+12
marcas
aliadas

**Firmamos el
Compromiso por una
Construcción Sostenible**



Coca-Cola
Bolivia

COCA-COLA BOLIVIA FORTALECE JUNTOS EN TODAS CON UNA NUEVA ETAPA ENFOCADA EN ENVASES RETORNABLES

En el cholet Crucero de Los Andes, en la ciudad de El Alto, se dio a conocer la nueva etapa de la campaña Juntos en Todas, bajo el concepto “Porque lo bueno siempre retorna”. Durante el acto se presentaron el spot oficial, las Zonas de Ahorro en los puntos de venta y el compromiso firme del Sistema Coca-Cola Bolivia con la economía de los hogares bolivianos.

Lanzada en 2025 como una plataforma que celebra los momentos significativos de las familias bolivianas, Juntos en Todas evoluciona este año con “Porque lo bueno siempre retorna”, una fase que promueve los envases retornables como una alternativa responsable con el medio ambiente y accesible para el bolsillo de los hogares del país.

Además, la propuesta corporativa destaca el gran aporte del Sistema Coca-Cola Bolivia al fortalecimiento de la economía del país, generando más de 3.000 empleos directos, más de 110.000 empleos indirectos y el impulso al crecimiento de pequeños negocios.

Las botellas retornables representan una opción inteligente y accesible que contribuye al cuidado de la economía de las familias bolivianas. A ello se suma su impacto ambiental positivo, ya que los envases retornables de plástico pueden reutilizarse aproximadamente 20 veces, mientras que los de vidrio superan las 30 reutilizaciones.

Cabe destacar que Coca-Cola Bolivia tiene habilitadas las Zonas de Ahorro en tiendas, supermercados y mercados mayoristas de todo el país, espacios claramente identificados donde las personas pueden acceder a las mejores ofertas.

ORGULLO NACIONAL

Bajo el paraguas de “Juntos en Todas”, la nueva iniciativa “Porque lo bueno siempre retorna” también conecta los va-

lores que unen a los bolivianos con productos de la familia Coca-Cola, que son orgullosamente elaborados en el país, con una cadena de valor que incluye cinco plantas de producción, 15 centros de distribución, atendiendo a más de 150 mil clientes.

Desde almuerzos dominicales con un delicioso plato típico, festejos con salteñas, o noches de estudio con los amigos, Coca-Cola ha estado ahí para acompañar cada momento especial desde hace más de 80 años.

LANZAMIENTO EN CHOLET DE EL ALTO

El evento de presentación de esta nueva propuesta se realizó en el cholet Crucero de Los Andes de la ciudad de El Alto, en un ambiente que destacó la identidad local y la conexión con las familias bolivianas. Durante el acto, se presentó el spot oficial denominado ‘La magia de la retornabilidad’ que fue dirigido por el connotado cineasta

Rodrigo Bellott.

De igual manera, se desplegará una campaña 360, con presencia en medios televisivos, radiales, impresos, plataformas digitales, vía pública y contenidos creados por influenciadores.

“Porque lo bueno siempre retorna” refleja el compromiso de Coca-Cola con las familias bolivianas. Cada botella que vuelve a circular representa un acto de cuidado y esperanza, expresión de la responsabilidad con la gente, el país y la economía de los hogares bolivianos. ■



BANCA RESPONSABLE CON VISIÓN DE LARGO PLAZO E INTEGRACIÓN DE CRITERIOS INTERNACIONALES

En el BNB, la sostenibilidad se consolidó como parte estructural del modelo de negocio, integrando desempeño económico, impacto social y gestión ambiental bajo estándares internacionales.



La sostenibilidad en el Banco Nacional de Bolivia se concibió como una visión estratégica de largo plazo. Desde esta perspectiva, el banco integró el desempeño económico con el impacto social y ambiental, fortaleciendo su gobernanza y orientando la toma de decisiones hacia la generación de valor compartido.

En su operación institucional, el BNB incorporó criterios de eficiencia energética, uso responsable de recursos, gestión de residuos y digitalización de procesos, con el objetivo de reducir su huella ambiental. Sin embargo, su enfoque trascendió lo estrictamente ambiental. La sostenibilidad también se expresó en valores como la integridad, la inclusión financiera y el compromiso con el desarrollo del país, consolidando una institución sólida y preparada para el futuro.

La tecnología desempeñó un rol estratégico en esta gestión. La transformación digital permitió reducir el uso de papel, optimizar procesos internos y disminuir desplazamientos, contribuyendo a una operación más eficiente y con menor impacto ambiental. Asimismo, fortaleció la gestión de riesgos ambientales y sociales mediante mejores sistemas de evaluación y análisis de datos.

Este avance tecnológico también amplió la inclusión financiera, acercando servicios a poblaciones con barreras de

acceso y promoviendo una banca moderna, transparente y sostenible. En el BNB, la tecnología no se entendió únicamente como innovación operativa, sino como una herramienta clave para consolidar un modelo de gestión responsable.

En la última gestión, los programas de Responsabilidad Social Empresarial generaron impactos concretos en acceso a agua segura, educación financiera, salud visual y apoyo a poblaciones vulnerables en distintos departamentos del país. Estos resultados fueron medidos a través de indicadores de

alcance, número de beneficiarios, eficiencia en la ejecución y seguimiento ambiental en consumos y gestión de recursos.

La gestión del banco está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y estándares internacionales como GRI, reforzando la transparencia y el enfoque basado en impacto. Esta evolución marcó el tránsito desde un modelo tradicional de apoyo social hacia una estrategia

integral que incorporó criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en el núcleo del negocio.

De cara al futuro, el BNB proyecta profundizar la integración de la sostenibilidad en la toma de decisiones estratégicas, fortalecer la inclusión financiera, avanzar en eficiencia energética y consolidar un modelo de banca responsable que genere valor económico con impacto social y ambiental positivo para Bolivia. ■





EDUCACIÓN FINANCIERA QUE REDUCE BRECHAS

Banco BISA consolida su programa de RSE con enfoque inclusivo, llegando a cerca de 160.000 beneficiarios en el año 2025, con materiales en braille, talleres gratuitos y una apuesta que va más allá del marketing para impactar en educación, pobreza y desigualdad.

Banco BISA ha consolidado su estrategia de Responsabilidad Social Empresarial con un enfoque claro en educación e inclusión financiera, como parte de su adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas y su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

La entidad considera que la sostenibilidad no se limita al cuidado del medio ambiente, sino que implica generar capacidades en las personas para que puedan tomar mejores decisiones económicas a lo largo de su vida. En ese marco, el Programa de Educación Financiera "Creando Futuro" se ha convertido en uno de los principales aportes del Banco al ODS 4, Educación de Calidad, con impactos directos en el ODS 1, Fin de la Pobreza, y el ODS 10, Reducción de las Desigualdades.

El programa ha beneficiado a cerca de 160.000 personas mediante talleres gratuitos con certificación y material complementario, dirigidos a clientes y usuarios, estudiantes de colegio, jóvenes y universitarios, mujeres en proceso de capacitación, proveedores, adultos mayores y personas con discapacidad visual.

El enfoque del programa no busca mercadear ni captar clientes, sino contribuir a la formación de grupos de interés que, en muchos casos, no son potenciales usuarios del sistema financiero o cuentan con recursos limitados. La cantidad de beneficiarios supera ampliamente los mínimos exigidos por la normativa, lo que refleja que el Banco no se limita al cumplimiento básico, sino que busca ampliar su impacto social.

Para medir la asimilación de los contenidos impartidos, se aplicaron 16.337 pruebas de suficiencia, que arrojaron una calificación promedio de 9,18 sobre 10. Este indicador da cuenta de la calidad pedagógica del programa y de la pertinencia de los materiales desarrollados. Además, el carácter inclusivo de la iniciativa se expresa en la adaptación de contenidos para personas con discapacidad visual, a través

de material en braille y recursos complementarios que facilitan la experiencia en los servicios financieros.

La experiencia de Banco BISA en educación e inclusión financiera fue compartida el 2025 en la Subcomisión de Educación Económica y Financiera del programa "Banca de las Oportunidades" del Gobierno colombiano. En esta sesión participaron representantes de la Presidencia de la República, los ministerios de

Hacienda y Crédito Público y de Educación, la Superintendencia Financiera de Colombia, la Dirección Nacional de Planeación y el Banco de Comercio Exterior, entre otras entidades.

En el encuentro se explicó el desarrollo e implementación del material de educación financiera en braille, los aspectos técnicos, el trabajo con aliados y el marco normativo nacional, además de iniciativas complementarias como contratos de apertura de cuenta, tarjetas personales, ascensores inclusivos y cajeros automáticos con instrucciones en braille.

La participación de Banco BISA en este espacio fue resultado del apoyo técnico brindado en 2024 a la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia para que los bancos privados de ese país implementen educación financiera y material informativo en braille.

Para Franco Urquidí, Vicepresidente de Negocios de Banco BISA, "la sostenibilidad se construye cuando una empresa decide invertir en capacidades humanas y en inclusión; invertir en educación financiera es invertir por un país con mejor cultura financiera para reducir brechas y construir futuro". ■



SOSTENIBILIDAD Y EQUIDAD QUE IMPULSAN EL TALENTO Y LA EMPLEABILIDAD EN BOLIVIA

CBN consolidó una estrategia de sostenibilidad transversal que articuló gestión del agua, acción climática, innovación y apoyo comunitario como parte estructural de su modelo de negocio.



La sostenibilidad y la solidaridad formaron parte del ADN de Cervecería Boliviana Nacional desde su nacimiento. A lo largo de casi 140 años, la compañía entendió que su crecimiento estuvo vinculado al desarrollo del país y al bienestar de su gente. Por ello, su modelo de negocio incorporó una visión de largo plazo basada en la innovación, el impacto social y económico positivo, así como la mitigación de su huella ambiental.

Esta visión se tradujo en una estrategia alineada con pilares como gestión del agua, acción climática, emprendimiento, innovación, consumo inteligente, ética, transparencia y diversidad e inclusión, que guiaron sus decisiones corporativas.

En el ámbito ambiental, CBN implementó un programa integral de reducción de huella de carbono, con transición energética mediante paneles solares en centros de distribución, uso de energía limpia en operaciones logísticas y administrativas, e incorporación de vehículos y montacargas eléctricos. Además, adaptó cerca de 400 camiones interdepartamentales a unidades tipo sider, permitiendo transportar mayor volumen por viaje y reducir el consumo de combustibles fósiles.

La plataforma #SoñamosQueSomos, creada en 2023, articuló el apoyo de la empresa y sus colaboradores frente a emergencias naturales. En los últimos dos años, destinó más de un millón de bolivianos a brigadas, bomberos, comunidades y vida silvestre afectados por incendios e inundaciones, incluyendo acciones de restauración ambiental y económica, como la realizada en Santa Rita tras los incendios de 2024.

La innovación se fortaleció con Aceleradora 100+, programa de innovación abierta que en 2026 celebró su quinta edición, impulsando soluciones sostenibles en gestión del agua, acción climática e innovación comercial mediante la integración de startups a su cadena de valor.

El impacto social se evidenció en Agua SOMOS, marca solidaria que destinó un boliviano por cada dos litros

vendidos a proyectos de acceso al agua. En 2026, implementó sistemas de recolección de agua de lluvia en comunidades indígenas de la Reserva de la Biosfera Pilon Lajas, beneficiando a más de 100 familias Mositén, Tacana y Tsimane. Con tanques de 12.000 litros y alta durabilidad, estos sistemas garantizaron agua segura por hasta 80 años. Hasta la fecha, el programa impactó a 13 comunidades de seis departamentos, benefi-

ciando a más de 1.000 familias. Agua Somos se comercializa en presentaciones de 500 ml y 2 L, en botellas fabricadas 100% con plástico reciclado.

La evolución de su política de sostenibilidad pasó de acciones puntuales a una estrategia transversal alineada al negocio. Desde la construcción de un hospital en Villamontes durante la Guerra del Chaco hasta el aporte superior a Bs 9,7 millones durante la pandemia de la COVID-19, CBN mantuvo un rol activo en momentos clave del país.

De cara a su 140° aniversario en 2026, proyectó consolidarse como referente en gestión responsable del agua, profundizar la innovación y fortalecer su compromiso con el desarrollo sostenible de Bolivia. ■





SOSTENIBILIDAD QUE ALIMENTA LA CONFIANZA

Hablar de sostenibilidad en Sofía es hablar de coherencia entre lo que se produce y la manera en que se produce. La empresa ha asumido que crecer implica hacerlo con responsabilidad, incorporando criterios ambientales, sociales y de gobernanza en cada etapa de su operación. No se trata solo de abastecer el mercado, sino de hacerlo con estándares que generen confianza y fortalezcan el desarrollo productivo del país.

Actualmente, Sofía genera más de 3.000 empleos directos y cerca de 30.000 indirectos, articulando una cadena de valor que integra a productores agropecuarios, proveedores, transportistas y distribuidores en todo el territorio nacional. Este

ecosistema productivo no solo dinamiza la economía, sino que promueve formalidad, capacitación y oportunidades en distintos niveles.

La calidad es un pilar central de su modelo de gestión. Con certificaciones internacionales como ISO 9001, ISO 22000 y FSSC 22000, la empresa respalda sus procesos bajo estándares globales de inocuidad alimentaria y mejora continua. Cada etapa productiva incorpora controles técnicos y monitoreo permanente para garantizar que los alimentos lleguen a las familias con seguridad y consistencia.

En el ámbito ambiental, la sostenibilidad se traduce en acciones concretas: optimización del uso del agua, eficiencia energética y aprovechamiento de subproductos bajo principios de economía circular. La medición constante de indicadores permite establecer metas de reducción de impacto y avanzar hacia procesos más eficientes y responsables.

A ello se suma una visión de largo plazo que apuesta por la innovación constante. Cada año se desarrollan nuevas propuestas y reformulaciones que responden a tendencias de consumo más conscientes, incorporando mejoras nutri-

cionales y presentaciones adaptadas a distintos segmentos. La sostenibilidad también implica evolucionar junto al consumidor y anticiparse a sus expectativas.

La transparencia forma parte de este compromiso. La elaboración de su Reporte de Sostenibilidad referenciado

a los Estándares GRI y su presencia en MERCO ESG reflejan una cultura orientada a la rendición de cuentas y a la mejora continua. Mostrar avances, reconocer desafíos y plantear metas claras es parte de una visión empresarial que entiende que la confianza se construye con hechos.

Más allá de cifras y certificaciones, la sostenibilidad en Sofía tiene una dimensión humana. Se expresa en la formación permanente de sus colaboradores, en el tra-

bajo coordinado con comunidades y en la convicción de que cada decisión debe generar valor compartido. Bajo el propósito de Alimentar la Confianza, la empresa reafirma que producir alimentos también implica asumir un compromiso sostenido con el bienestar colectivo.

En un contexto económico desafiante, la empresa ha demostrado que es posible combinar eficiencia, responsabilidad y crecimiento sostenido. Su apuesta es clara: seguir fortaleciendo su impacto social y ambiental, consolidando un modelo empresarial que entiende que la sostenibilidad no es una meta aislada, sino una forma de hacer empresa todos los días. ■



Comprometidos con la Inclusión y Educación Financiera

*Información al cierre de diciembre 2025

Puntos de atención  1.798	Cientes/as totales 2.435.659 50%  50%
Cartera Bruta \$us 2.676MM 55%  45%	Prestatarios/as 371.218 54%  46%
Educación financiera 203.523 personas beneficiadas en educación financiera	Cuentas digitales altoke 1.440.805 50%  50%

Inclusión financiera con enfoque de género “Avanza Mujer”

Frente externo 170.783 mujeres emprendedoras impulsaron sus negocios con créditos que ascienden a \$us 1.210 millones representando 45,22% del total de la cartera del banco	 48.897 mujeres certificadas en los diferentes programas de formación Único banco privado de América Latina en colocar dos bonos sociales consecutivos exclusivos para género	Frente interno 50% mujeres en cargos de alta gerencia 54% colaboradoras 6 salas de lactancia 33% mujeres en posiciones STEM
---	---	--

Finanzas Sostenibles

Lanzamiento de IMPACTA Programa transversal de gestión ambiental institucional orientado a: identificación, medición, seguimiento de impactos ambientales de cartera financiada y operaciones internas del Banco. + de 90.000 mensajes enviados con prácticas sostenibles a clientes/as	Implementación SARAS A nivel nacional para la cartera de microcrédito + de 12.700 clientes/as evaluados/as	Iniciativas sociales Con la comunidad 1.272 niños, niñas y jóvenes beneficiados en las Escuelas de Capital Social
2,9 toneladas de residuos reciclables recuperados a través del Sistema de Gestión Integral de Residuos Sólidos (SGIRS) 	11 sistemas fotovoltaicos (FV) instalados en agencias a nivel nacional, 306 ton CO2 eq/año en emisiones evitadas Compensación voluntaria total del 100% de la huella de carbono institucional 2025 a través de alianzas estratégicas con Wildlife Conservation Society (WCS) y Conservación Amazónica (ACEAA). + de 13.500 ha de bosque amazónico conservado y manejado de manera integral  43 comunidades beneficiadas	Espacio MIC 63 expositores y expositoras en cinco ciudades del país Especialidades: • Pintura • Escultura • Literatura • Microempresa Alianzas estratégicas Alianzas con Aldeas Infantiles SOS, Sociedad Católica San José, CECI y Hábitat para la Humanidad. 191 personas apoyadas en situación de vulnerabilidad

Con nuestra estrategia de sostenibilidad impactamos a 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)





IMCRUZ – INCHCAPE BOLIVIA CONSOLIDA SU LIDERAZGO CON AVANCES EN SOSTENIBILIDAD PARA LA MOVILIDAD DEL FUTURO

Avances 2025 que muestran cómo la estrategia de la compañía se traduce en acciones responsables concretas dentro y fuera de la operación.

Hablar hoy de sostenibilidad en la industria automotriz ya no se limita a los vehículos: implica desarrollar infraestructura, formar capacidades, transformar culturas organizacionales y fortalecer marcos de gobernanza que permitan una movilidad más accesible, segura e íntegra para los bolivianos.

Bajo esta premisa, Imcruz – Inchcape Bolivia, empresa líder del sector, estructura su estrategia de sostenibilidad en cuatro pilares –Planeta, Personas, Prácticas y Lugares–, articulando inversión, innovación y desarrollo de capacidades para impulsar un ecosistema de movilidad más responsable y preparado para el futuro en Bolivia.

Integrando el cuidado del PLANETA en la transición de la movilidad:

La compañía lidera el mercado de vehículos de nuevas energías en Bolivia (más del 50%) y fortalece su portafolio híbrido y eléctrico como parte de una transición responsable hacia una movilidad de menor impacto, respaldada por el primer taller especializado del país con equipos técnicos capacitados por los fabricantes.

En la operación, se reduce la huella ambiental mediante acciones de eficiencia energética –como la instalación de 224 paneles solares en el centro logístico de Santa Cruz y la optimización del consumo– y, de forma complementaria, se impulsa la Ruta Sostenible, una iniciativa interna replicada en los 13 países de Inchcape América, con el apoyo del *Green Team*, un equipo interno de distintas áreas que promueve la gestión responsable de la energía eléctrica y de los residuos.

Además, se ha fortalecido el modelo de gestión de residuos, reintroduciendo al ciclo de la economía circular todos los residuos contaminantes y peligrosos.

Integrando a las PERSONAS en la transformación de la movilidad: La empresa impulsa igualdad de oportunidades y desarrollo de sus equipos a través de Mujeres IN, red regional de liderazgo femenino e inclusión en un sector tradicionalmente masculinizado. Este enfoque se refuerza con

la evaluación de brechas de género presentada al programa **WEPs de ONU Mujeres**, que permitió avanzar 16 puntos en 2025 en políticas de equidad, programas de bienestar, salud mental y desarrollo integral para los colaboradores, consolidando una cultura organizacional centrada en las personas.

PRÁCTICAS que sostienen una cultura de ética y cumplimiento:

Bajo un enfoque de gobernanza responsable, se han fortalecido sistemas de cumplimiento normativo y políticas anticorrupción, alineando la gestión con los estándares internacionales de Inchcape y elevando los criterios de integridad en toda la organización. Además, se presentaron un reporte de sostenibilidad y de Comunicación de Progreso (COP) ante el **Pacto Global de las Naciones Unidas**, para transparentar avances y orientar mejoras, y se extiende a concesionarios, proveedores y aliados, promoviendo una cultura de ética, transparencia y responsabilidad en toda la cadena de valor.

Movilidad segura con impacto en los LUGARES donde operamos:

Conscientes de la realidad vial del país, se impulsa el programa regional “**Yo me nuevo seguro**”, implementado en Costa Rica, Colombia, Perú, Chile y ahora en Bolivia, en alianza con el Automóvil Club Boliviano. La iniciativa busca generar conciencia sobre la conducción responsable desde edades tempranas, mediante capacitaciones en unidades educativas lideradas por colaboradores voluntarios capacitados.

Una hoja de ruta clara para la transformación de la movilidad:

Con el respaldo de Inchcape, líder global en distribución automotriz, Imcruz – Inchcape Bolivia adapta al contexto boliviano aprendizajes, estándares y buenas prácticas internacionales, fortaleciendo la manera en que nuevas soluciones de movilidad se integran al mercado local. Este enfoque permite acelerar la adopción tecnológica y elevar los estándares de gestión del sector, en línea con las expectativas de clientes, aliados y comunidades. ■



Imcruz en la comunidad WEPs



Lanzamiento Red MujeresIN



Primer taller para vehículos eléctricos

SOSTENIBILIDAD

 APOYO AL SECTOR PRODUCTIVO  CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE  GÉNERO



APOYO AL SECTOR PRODUCTIVO

2015 – 2025

Ejecutamos 19 proyectos
Beneficiamos a 6,789 personas
y 433 familias.



APOYO AL SECTOR PRODUCTIVO

Proyecto con Fundación Ayuda en Acción

Empoderamiento económico de las mujeres apicultoras a través de procesos formativos, herramientas promocionales y articulación con aliados estratégicos, para incentivar su participación en ferias B2B y mercados sostenibles.



APOYO AL SECTOR PRODUCTIVO

Proyecto con Banco de Alimentos de Bolivia
2023 - 2025

Compra de alimentos para poblaciones vulnerables, centros de acogida de niños y niñas.



CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Campañas de Voluntariado
EcoLimpieza

Desde el 2016 se recolectaron más de 91 toneladas de desechos a nivel nacional.



CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Gestión de Residuos
Medición de Huella de Carbono

(2023)= 476.0 tCO₂e*
(2024)= 429.8 tCO₂e*
Disminución de 46.2 tCO₂e*
*toneladas de Dióxido de Carbono equivalente.



CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Campaña Forestación
2017 – 2025

Se plantaron
4,507 árboles a
nivel nacional.



CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Coordinación con la GIZ
(Cooperación Alemana)

Proyecto ProResiliente
2025 -2026.
• Implementación SARAS.
• Crédito Verde.



GÉNERO

Top Employer

Por 4to. Año consecutivo.



GÉNERO

Nivel "Líder"

Autodiagnóstico y participantes activos de los Principios de Empoderamientos de las Mujeres (WEPs).



GÉNERO

Reconocidos por contribuir al cumplimiento de la Agenda 2030 de ONU por Pacto Global, CAINCO y ONU MUJERES

Implementación de buenas prácticas referentes al cumplimiento del ODS 5 (Igualdad de Género).



GÉNERO

Obtención del Sello de Igualdad de Género nivel 2

Otorgado por IBNORCA.



SOSTENIBILIDAD
Ecofuturo

BEco® desde 1999 Construyendo Oportunidades

 800-10-3112 722-22210

Esta entidad es supervisada por ASFI





ALICORP EN LA LISTA DE LAS EMPRESAS MÁS DESTACADAS EN SOSTENIBILIDAD DEL MUNDO SEGÚN S&P 500

La empresa fue reconocida una vez más por su destacado desempeño en sostenibilidad al ingresar al Sustainability Yearbook 2026 de S&P Global.

Alicorp Bolivia cerró el 2025 acompañando a más de 380 emprendedores y proveedores en su cadena de valor, logrando la recuperación de más de 500 toneladas de aceite usado.

Alicorp fue reconocida una vez más por su destacado desempeño en sostenibilidad, al ingresar al **Sustainability Yearbook 2026 de S&P Global**. Con este resultado, la compañía no solo reafirma su presencia en este prestigioso anuario por segundo año consecutivo, sino que además se coloca en la posición #4 del rubro de Alimentos en toda América.

Este año, S&P Global evaluó a más de 9,200 compañías a través del Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2025, de las cuales solo 848 fueron seleccionadas para integrar el Sustainability Yearbook 2026. En este contexto, Alicorp consolida su posición en el anuario al registrar un incremento de 12 puntos en el CSA respecto al año anterior, alcanzando un puntaje de 76 sobre 100 puntos.

Alicorp cuenta con una estrategia de sostenibilidad integral que se materializa en iniciativas vinculadas a generar valor al negocio, pero de igual manera a las comunidades donde opera. Esta perspectiva transversal no solo orienta la toma de decisiones, sino que garantiza que cada iniciativa esté en sintonía con su propósito de Alimentar un mañana mejor. "Desde nuestra estrategia de sostenibilidad buscamos fortalecer las acciones que desplegamos, manteniéndonos atentos a nuestros grupos de interés, para identificar soluciones que aporten valor a nuestros clientes, consumidores y a toda nuestra cadena de valor", afirma Cynthia Valencia, Gerente de Asuntos Corporativos en Bolivia.



En Bolivia, a través de Aliados de tu Desarrollo, acompañó a más de 380 proveedores y clientes microempresarios a través de conocimientos y herramientas para el desarrollo de sus negocios, generando no solo un impacto en sus negocios sino en la comunidad.

En materia de Eco-eficiencia, en los últimos 6 años, entre el 2019 y 2025, por tonelada de producto, logró reducir el consumo de energía eléctrica en 10.4%, el consumo de combustibles en 12.6% y el consumo de agua en 14.1% en su planta en Cochabamba, gracias a iniciativas, entre las que destacan el

reúso del agua y vapor, la mejora de procesos y la instalación de tecnologías más eficientes. Además, entre 2024 y 2025, a través de "Ecoaliados" en alianza con GreenSide Solutions, lograron recuperar más de 500 toneladas de aceite vegetal usado de los clientes de Alicorp, evitando que estos residuos contaminen las fuentes de agua.

Paralelamente, apalancado de sus marcas, Alicorp ha mantenido un vínculo estrecho con el Banco de Alimentos, entregado 326 toneladas de

productos de primera necesidad en los últimos 6 años, beneficiando a más de 32 mil personas.

Esta trayectoria de coherencia y resultados ha sido ampliamente reconocida en el ámbito institucional. Destacando en el 2025 en el Top 5 del Ranking Merco ESG dentro del sector de alimentos y recibiendo premios como el Premio COSAS a la RSE, el Paul Harris a la Excelencia Empresarial, el Premio Industrias con Impacto otorgado por la Unión Europea y la CNI, entre otros. ■

CONECTAR PARA TRANSFORMAR: EL IMPACTO SOSTENIBLE DE TIGO EN BOLIVIA

La conectividad sostenible va más allá del despliegue de infraestructura. Hoy se traduce en desarrollo social, gestión ambiental responsable y una gobernanza ética que fortalece la confianza y la transparencia institucional. Desde esta mirada, Tigo Bolivia consolida su modelo ESG orientado a generar impacto real, entendiendo que la conectividad sostenible no se limita solo a la tecnología, sino que se construye a partir de decisiones empresariales responsables y medibles que buscan cerrar brechas en el presente mientras sientan las bases del futuro.



Inclusión digital y empleabilidad

En el pilar social, la compañía reafirma su compromiso con la **inclusión digital** como motor de oportunidades y desarrollo sostenible, articulando iniciativas de formación con plataformas estratégicas de generación de empleo y exportación de servicios.

En este marco se posiciona GO BO, centro de operaciones y servicios compartidos que opera desde Bolivia para la región, consolidando al país como *hub* de atención al cliente, soporte operativo y gestión digital. La operación refleja la apuesta por Bolivia como base para exportar servicios basados en conocimiento y amplía el impacto de sus programas de inclusión al convertir capacidades digitales en oportunidades laborales reales, brindando soporte a nueve países y gestionando 1,2 millones de transacciones mensuales a través de canales digitales y *contact centers*, con la generación de 600 empleos directos y 1.300 indirectos, lo que evidencia el potencial del talento boliviano con proyección internacional.

Este enfoque se complementa con la formación de habilidades digitales. En 2025, más de 100.000 personas fueron capacitadas en bienestar e inclusión digital a través de los programas Conéctate Segur@ y Conectadas, alcanzando a estudiantes, familias, docentes, emprendedoras y empresas en los nueve departamentos del país. Conéctate Segur@ benefició a 32.000 personas mediante 342 sesiones sobre uso equilibrado de pantallas, educación emocional y huella digital; mientras que Conectadas formó a más de 80.000 mujeres, junto a CRECER IFD, fortaleciendo su emprendimiento y autonomía económica.

La articulación entre empleabilidad, formación e inclusión digital contribuyó a posicionar a la empresa en el puesto N°. 6 del ranking Merco ESG Bolivia y le otorgó el Sello de Oro por su compromiso con una vida libre de violencia.

Impacto ambiental medible

En 2025, la gestión ambiental de la compañía recolectó 337 toneladas de residuos electrónicos —equipos en desuso y componentes tecnológicos— mediante procesos certificados que aseguran correcta disposición, trazabilidad y cumplimiento normativo. Este trabajo se realizó junto a gestores autorizados como Commetal, RAEE Recicla y Abono by urrutibehety, evitando impactos negativos en suelo y agua y promoviendo la economía circular.

Además, fortaleció su sistema integral de gestión ambiental con control de emisiones, manejo seguro de sustancias y promoción de buenas prácticas internas, consolidando una cultura corporativa enfocada en sostenibilidad.

Gobernanza y ética corporativa

En esa gestión, la compañía **reforzó su gobernanza** con la implementación del Comité de Análisis y Monitoreo Continuo (CAMP) dentro de su Programa de Ética y Cumplimiento, la actualización de su política anticorrupción y el fortalecimiento de su canal de denuncias. También renovó su alianza con el Viceministerio de Transparencia y Lucha contra la Corrupción para impulsar el Programa de Integridad Empresarial. La ética y el cumplimiento se consolidan, así como pilares culturales y operativos.

Proyección ESG

Hacia 2026, Tigo proyecta dar continuidad y consolidar la implementación de sus programas ESG, fortaleciendo su enfoque en educación, inclusión y bienestar digital como ejes estratégicos para el desarrollo sostenible del país y promoviendo la innovación a través de proyectos como GOBO.

Así, la compañía líder en telecomunicaciones continúa **conectando para transformar: impulsando inclusión, protegiendo el ambiente y fortaleciendo la confianza institucional** como base del desarrollo sostenible. ■



SOSTENIBILIDAD Y EQUIDAD QUE IMPULSAN EL TALENTO Y LA EMPLEABILIDAD EN BOLIVIA

BPO Center y Human Value han consolidado su liderazgo en la gestión del talento y la empleabilidad en Bolivia a través de iniciativas alineadas con la sostenibilidad, la equidad de género y el bienestar ocupacional. Como parte de su compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa (RSE), han integrado en su estrategia empresarial tres ejes fundamentales: sostenibilidad, equidad de género y empleabilidad.

Desde hace más de 12 años, BPO Center y Human Value promueven activamente la equidad de género. A la fecha han realizado cinco versiones del programa Liderando la Influencia Femenina en contribución con aliados locales e internacionales, donde se han graduado más de 320 mujeres y ya son dos versiones en la que se brinda oportunidad de que mujeres de Paraguay también sean parte de este programa, ya que Human Value tiene presencia en ese país hace un año.

De igual forma son cinco años consecutivos que junto a Cainco realizan el Foro Women, un espacio que impulsa el liderazgo Femenino, la actualización y buenas prácticas. En este evento asisten anualmente más de 350 mujeres entre emprendedoras, microempresarias, ejecutivas y líderes de empresas.

Estos espacios contribuyen a cerrar brechas de género y a generar oportunidades reales y *networking* para mujeres de diferentes sectores.

IMPULSO DE LA EMPLEABILIDAD Y EL DESARROLLO DE SKILLS

BPO Center y Human Value refuerzan su compromiso con la empleabilidad mediante iniciativas estratégicas. En 2025 se realizó la primera versión del Programa Punto de Quiebre RRHH dirigido para jóvenes profesionales del área de Talento Humano, graduando a 50 participantes de Bolivia y 15 de Paraguay, un evento realizado en contribución con aliados locales y totalmente cortesía para los asistentes.

En diciembre 2025 nace el primer Centro de Entrenamiento en Porongo: Human Value – Leadership Experience, un refu-

gio natural e inclusivo, donde el liderazgo Sinérgico y el Alto Rendimiento se cultivan como la tierra: con propósito, pasión y acción. En este espacio la naturaleza se convierte en maestra y la aventura en la mejor terapia y entrenamiento. Los líderes se desafían, se conectan y transforman.

BPO Center y Human Value también participan en ferias laborales, facilitando el acceso a jóvenes al mercado laboral. El fortalecimiento de habilidades blandas y técnicas es un pilar fundamental de estas acciones, permitiendo que los colaboradores desarrollen competencias alineadas a las demandas del mercado actual.

Estas iniciativas buscan no solo generar empleo, sino también impulsar el desarrollo sostenible del talento humano en Bolivia.



Panel de líderes - Programa Liderando la Influencia Femenina

BIENESTAR Y CLIMA ORGANIZACIONAL

La inversión en bienestar y clima organizacional es otro eje clave, Human Value, a través de sus evaluaciones de clima organizacional por más de 18 años, ha impactado a más de 60 empresas, contribuyendo a la mejora de los entornos laborales, ganando la confianza de cerca de 27.000 trabajadores que nos dejan su sentir y como se sienten trabajando en las distintas empresas de Bolivia. Hoy EMPLEADOR LÍDER, se consolida con data robusta y precisa, y acompañamiento, acercando mejores prácticas que humanizan las organizaciones y desarrollan líderes creíbles.

Estos estudios permiten identificar oportunidades de mejora y fortalecer la cultura organizacional, promoviendo espacios de trabajo saludables, inclusivos y productivos. ■



Centro de Entrenamiento Human Value Leadership Experience - Porongo.



Graduadas de la quinta versión del Programa Liderando la Influencia Femenina.



90 años

fortaleciendo nuestro
impacto, innovación y
sostenibilidad que
impulsan el futuro.





RENUEVA CON SUS EMBAJADORES DE LUZ SU COMPROMISO SOLIDARIO

La entidad anunció una campaña interna de donación de sangre, la colocación gratuita de marcapasos, un concierto de Piraí Vaca y Marianela Aparicio, y la segunda versión de "Encendamos la vida".

La Fundación Nacional Vida Segura reunió a sus Embajadores de Luz en un cóctel realizado en las nuevas instalaciones de Nacional Seguros, con el propósito de agradecer su solidaridad y renovar el compromiso asumido durante la cena concierto "Encendamos la vida", a beneficio del Hogar de la Paz "Madre Teresa de Calcuta".

Gracias a los fondos recaudados, en una primera etapa se adquirieron alimentos, medicamentos, licuadoras y ocho sillas de ruedas especiales para el albergue. Próximamente se realizará una segunda entrega destinada a la reparación de los techos, reafirmando el apoyo a los niños, jóvenes con discapacidad y adultos mayores que allí residen.

Durante el encuentro, Julio César Caballero, director ejecutivo de la Fundación, presentó los resultados alcanzados y anunció nuevas iniciativas: una campaña interna de donación de sangre junto al padre Mateo; la colocación gratuita de marcapasos en alianza con la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM) y la Clínica de Las Américas; un concierto benéfico con la pianista Marianela Aparicio y el guitarrista Piraí Vaca; y la segunda versión de "Encendamos la vida" a fin de año.

Caballero destacó el respaldo de las empresas auspiciadoras y el éxito de la subasta de arte organizada por Manzana 1. "Quedó demostrado que, cuando unimos voluntades, podemos hacer grandes cosas para mejorar la calidad de vida de los más vulnerables", señaló, agradeciendo a los Embajadores de Luz por su confianza y generosidad.

José Luis Camacho Miserendino, presidente del directorio, invitó a los asistentes a continuar involucrándose en los proyectos de la Fundación. "Con ustedes podemos consolidar una comunidad solidaria y llena de esperanza. Hay tanto por hacer que no podemos quedarnos de brazos cruzados", afirmó.

"Encendamos la vida" se llevó a cabo en diciembre en el salón Chiquitano de Fexpocruz, con la presencia de más de 400 personas, entre empresarios, diplomáticos y representantes del ámbito cultural. Participaron el gobernador de Santa Cruz, Luis Fernando Camacho; la primera dama del país, María Elena Urquidí; el Nuncio Apostólico en Bolivia, Fermín Emilio Sosa; y el arzobispo René Leigue.

A sugerencia del Arzobispado de Santa Cruz de la Sierra, el Hogar de la Paz fue designado como beneficiario del evento. Administrado por las Misioneras de la Caridad, brinda acogida a personas en situación de vulnerabilidad y funciona además como comedor para familias de escasos recursos.

En su primer año institucional, tras obtener personería jurídica el 3 de agosto de 2024, la Fundación consolidó alianzas nacionales con Cainco, Infocal, la UAGRM, la Asociación Pro Arte y Cultura, la Orquesta Filarmónica y la Sinfónica Juvenil de Santa Cruz, Hipermáxi y la Academia Tahuichi Aguilera.

En el ámbito internacional, estableció vínculos con Unicef, el Tecnológico de Monterrey, el Hospital Pediátrico Bambino Gesù, Rotary International, Lions Clubs International, la Cruz Roja Internacional y la Organización Mundial de la Salud, fortaleciendo su red solidaria dentro y fuera del país. ■



“EL CAMBIO SOS VOS”: EMPACAR PROMUEVE CORRESPONSABILIDAD AMBIENTAL EN CARNAVAL



Como parte de nuestro compromiso sostenido con el cuidado del medio ambiente y la promoción de la economía circular, en Empacar S.A. participamos activamente en la iniciativa Santa Cruz Brilla en Carnaval, impulsada por Natura junto a empresas aliadas, con el objetivo de contribuir a la mejora de los espacios públicos y fomentar la gestión responsable de residuos durante la agenda carnavalera.

Desde enero, venimos acompañando las actividades pre-carnavaleras y el desarrollo del Corso Cruceño, promoviendo entre la ciudadanía la correcta disposición y recolección de residuos reciclables. A través de esta participación, buscamos aportar a la construcción de un Carnaval más limpio y consciente, impulsando la corresponsabilidad entre empresas, comparsas, vecinos y autoridades.

El programa Santa Cruz Brilla en Carnaval convoca a barrios y comparsas a participar en un concurso interbarrial orientado a mejorar espacios públicos y fortalecer la participación comunitaria. La iniciativa contempla etapas de inscripción, sorteo de comparsas y jornadas de trabajo comunitario enfocadas en la recuperación y puesta en valor de áreas verdes y espacios de encuentro vecinal.

Como incentivo principal, el barrio ganador recibirá la instalación de un parque infantil con mobiliario e infraestructura diseñados para garantizar seguridad, funcionalidad y accesibilidad para niñas y niños, contribuyendo así a la mejora de la calidad de vida de las familias beneficiadas.

Para nosotros, ser parte de este tipo de iniciativas significa seguir consolidando nuestro compromiso con la sostenibilidad y con las comunidades donde operamos. Creemos firmemente que la articulación entre ciudadanía y empresa privada es clave para generar impactos positivos y duraderos.

En línea con nuestra estrategia de sostenibilidad, impulsamos el mensaje “El cambio sos vos”, una invitación a que

cada ciudadano asuma un rol activo en el cuidado del entorno y en la construcción de ciudades más limpias y responsables. Bajo esta premisa, promovemos la adopción de hábitos cotidianos como la correcta disposición de residuos, la separación en origen y la valorización de materiales reciclables.

Reconocemos que, si bien las iniciativas empresariales

cumplen un rol catalizador, los avances hacia una Bolivia más sostenible dependen del involucramiento real de la ciudadanía y del trabajo articulado entre el sector privado, las comunidades y las autoridades.

En Santa Cruz, donde el espíritu carnavalero forma parte del corazón de la región, buscamos conectar con esa esencia festiva para transformar la celebración en una oportunidad de generar conciencia ambiental.

De esta manera, reafirmamos nuestro compromiso de seguir impulsando alianzas estratégicas que fortalezcan la cultura del reciclaje en el país, convencidos de que el cambio sostenible se construye a partir de la participación activa de todos los actores de la sociedad y de acciones concretas que contribuyan al bienestar de las futuras generaciones. ■



VIDA SOCIAL

EL MUNDO SOCIAL ESTÁ EN COSAS

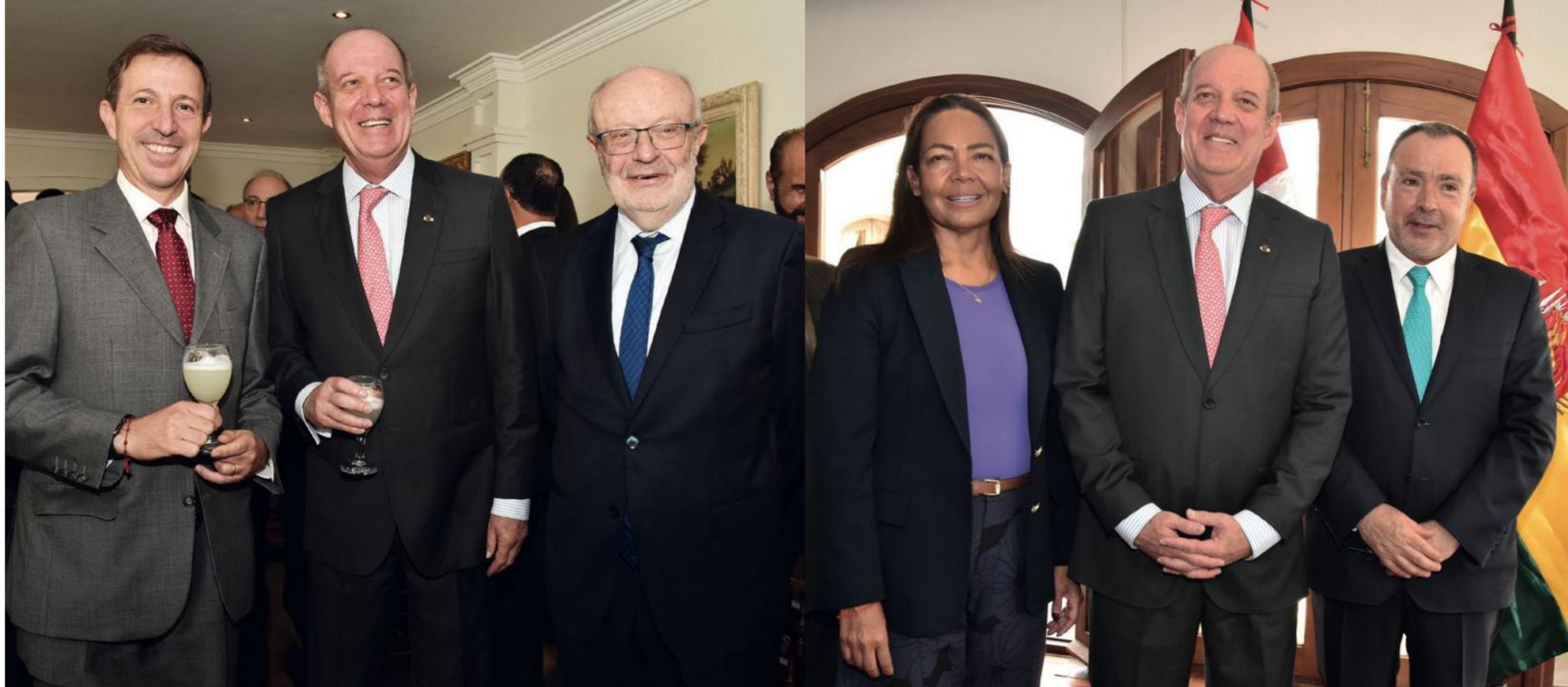


La Paz

PROYECTO FÉNIX

El consorcio liderado por el Hospital Universitario Martín Dockweiler, en alianza con NILARISGROUP, presentó el Proyecto Fénix, una iniciativa que propuso integrar infraestructura médica de alta complejidad al sistema público mediante una inversión estimada de 600 millones de dólares. La propuesta contempló la incorporación de hospitales móviles equipados con tecnología avanzada para ampliar la capacidad de respuesta del sistema sanitario y reducir la mortalidad asociada a la falta de atención oportuna en el país.





La Paz

NUEVO EMBAJADOR DEL PERÚ

Con motivo de la presentación de sus cartas credenciales, el embajador del Perú en Bolivia, Carlos Daniel Chávez-Taffur Schmidt, ofreció una recepción junto a invitados especiales, miembros del cuerpo diplomático y representantes de Cancillería. En la ocasión, se brindó con pisco sour por el inicio de su nueva misión.



La Paz

ENCUENTRO DE VENTURE CONNECT

Venture Connect reunió al ecosistema tech en La Paz en el marco del Altitude Summit 2026. Escalatec, iThink VC y Babasú Ventures impulsaron una noche que convocó a emprendedores, fondos de inversión y aliados estratégicos con un objetivo claro: fortalecer la colaboración y consolidar nuevas alianzas en el país.



La Paz

FRANCIA CONTRA LA DESINFORMACIÓN

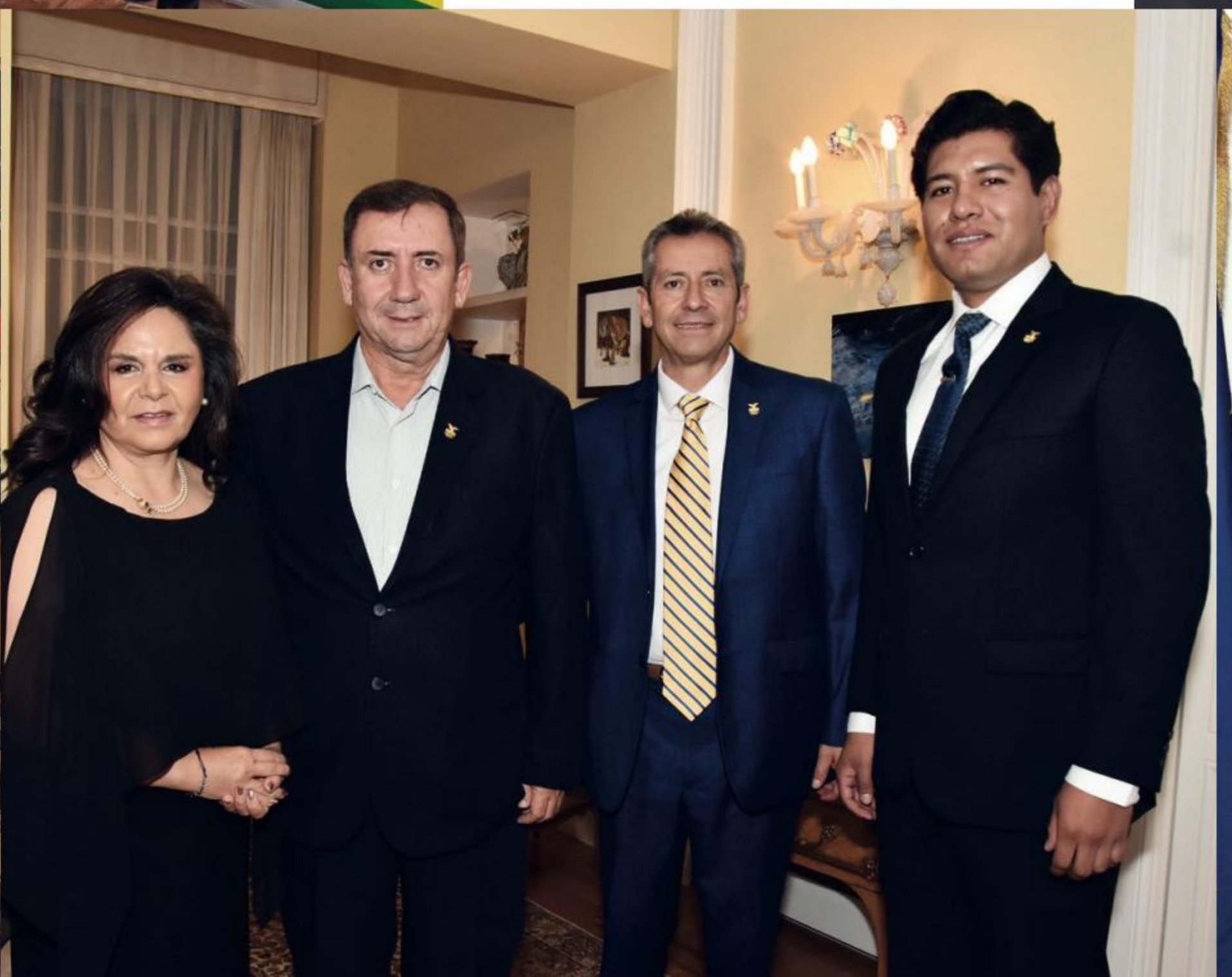
En una conferencia de prensa se lanzó el programa “Comunidad informada: lucha contra la desinformación en América del Sur”. El embajador de Francia en Bolivia, Olivier Fontan, convocó a periodistas e invitados especiales para presentar los alcances de esta iniciativa regional orientada a fortalecer el acceso a información verificada y promover una ciudadanía crítica frente a los desafíos de la desinformación.



La Paz

ITALIA CELEBRA EL DEPORTE BOLIVIANO

El Embajador de Italia en Bolivia, Fabio Messineo, y Silvia Abello de Messineo ofrecieron una recepción en honor a la Delegación del Comité Olímpico Nacional Boliviano que participó en las Olimpiadas de Invierno en Italia. La velada reunió a invitados especiales y representantes del ámbito diplomático y deportivo, para reafirmar el respaldo internacional al deporte boliviano.





La Paz
CNC CELEBRÓ 136 AÑOS

La Cámara Nacional de Comercio (CNC) conmemoró sus 136 años de trayectoria con un cóctel de honor realizado en el Círculo de Oficiales del Ejército. La velada reunió a autoridades, miembros individuales y departamentales de la institución e invitados especiales, en un acto que puso en valor el compromiso y el aporte del sector al fortalecimiento institucional del país.





MARÍA ISABEL PINEDO

TELLUS WINES, LA HERENCIA DE LA TIERRA CONVERTIDA EN VINO

Hay vinos que nacen en una vendimia y otros que se gestan durante décadas. Tellus Wines pertenece a esta segunda estirpe, la de los proyectos que brotan de la memoria familiar, del trabajo silencioso y del amor por la tierra. Liderado hoy por María Isabel Pinedo, este emprendimiento vitivinícola es la continuación de una historia iniciada por su abuelo René, que sin saberlo sembró algo más que viñas: sembró un destino. En cada botella de Tellus se encuentran pasado, presente y futuro, donde se funde la naturaleza, el tiempo y quienes la trabajan.

Por Carla Tejerina/ Fotos Jonas Michel

Tellus Wines nació oficialmente en 2023, pero su origen es mucho más profundo. Hace más de treinta años, el abuelo René, después de una larga trayectoria en el rubro vitivinícola, decidió comenzar de nuevo. Compró una finca con la idea de dedicarse a algo distinto, lejos del vino.

Sin embargo, la tierra tenía memoria. Poco a poco empezó a plantar pequeñas parcelas de sus variedades favoritas: Malbec, Cabernet Sauvignon y Tempranillo. No lo hizo con un objetivo comercial, sino con la ilusión sencilla de elaborar un vino para la casa, un vino familiar, íntimo, casi secreto.

Ese sueño quedó inconcluso. René falleció meses antes de ver el proyecto convertido

en bodega. Pero su trabajo quedó ahí, esperando. Años después, María Isabel, junto a su esposo Renán Justiniano y su padre, retomó ese legado. Así nació Tellus, como una continuidad emocional y agrícola, como una forma de honrar lo heredado transformándolo en propósito.

“Tellus nace en la persistencia de su trabajo y en el amor por su tierra”, explica

María Isabel. Y esa idea atraviesa todo el proyecto. No se trata solo de hacer vino, sino de cuidar una historia.

El nombre Tellus —la madre tierra— resume la esencia de la bodega. La tierra es origen, refugio y destino. En Tellus, el vino se concibe como una extensión natural del paisaje. Los vinos se sueñan en la viña y se concretan en la bodega sin perder su raíz. No buscan imponer una identidad externa, sino revelar la que ya existe en el suelo, en el clima y en cada vendimia.

VINOS SIN MAQUILLAJE QUE ESCUCHAN LO QUE DICE LA TIERRA

Esta filosofía se sostiene sobre una convicción clara, solo trabajan con uvas propias. Todo empieza y termina en su tierra. En una latitud inesperada, donde la vid crece desafiando lo que en teoría no debería ser posible, el carácter se vuelve protagonista. El viñedo se trabaja de forma manual, respetando los ciclos naturales y acompañando cada etapa del crecimiento. En bodega, la intervención es mínima, se actúa solo lo necesario para preservar la expresión del lugar.

“Vinos sin maquillaje” no es una consigna estética, sino ética. Son vinos honestos, que no buscan corregir ni estandarizar, sino permitir que cada cosecha cuente su propia historia. La añada se convierte así en un relato anual de clima, paciencia y decisiones humanas.

La identidad de Tellus se apoya principalmente en el Tannat y el Syrah, variedades que atraviesan todas sus líneas y que expresan con fuerza la tensión y frescura del terroir. A ellas se suman las pequeñas parcelas heredadas del abuelo, Cabernet Sauvignon, Malbec y Tempranillo, que aportan complejidad, memoria y singularidad. Cada variedad es un capítulo distinto de una misma historia.

Más que hablar de vinos estrella, la bodega habla de vinos con sentido. Alaya, una cofermentación de Tannat y Syrah, busca frescura, identidad y versatilidad. Es un vino pensado para acompañar la vida cotidiana, donde la bebibilidad es esencial. Memento Mori, su Tannat con crianza en barrica, representa tensión y equilibrio, una mirada contemporánea de la variedad, con energía, precisión y profundidad. Amor Fati es la aceptación de lo que cada vendimia entrega, un assemblage de lo mejor de cada cosecha, donde se busca complejidad, elegancia y armonía.

Cada etiqueta no solo expresa un perfil enológico, sino una filosofía de vida: aceptar el tiempo, comprender la naturaleza y encontrar belleza en lo que cada año propone.

UNA NUEVA GENERACIÓN PARA EL VINO BOLIVIANO

Para María Isabel, el presente es especialmente fértil. Una nueva generación de proyectos emerge, liderada por jóvenes y

cada vez más mujeres, con miradas frescas y una profunda conciencia del territorio. En Tarija, el desafío es animarse a explorar más allá del valle central y del Tannat, descubriendo nuevas zonas y variedades con enorme potencial.

El futuro, dice, está en asumir la singularidad, la altura, la diversidad de climas y las latitudes inesperadas. Más que competir en volumen, el camino es profundizar la identidad. Afuera, el mundo busca vinos auténticos, con historia y territorio. Bolivia, desde su geografía única, tiene mucho que decir.

Liderar Tellus es para ella un aprendizaje constante. Cada vendimia trae preguntas nuevas y obliga a escuchar más: a la tierra, al clima y al equipo. Es asumir una responsabilidad doble al honrar la historia recibida y aportar al camino que el vino boliviano está construyendo hoy.

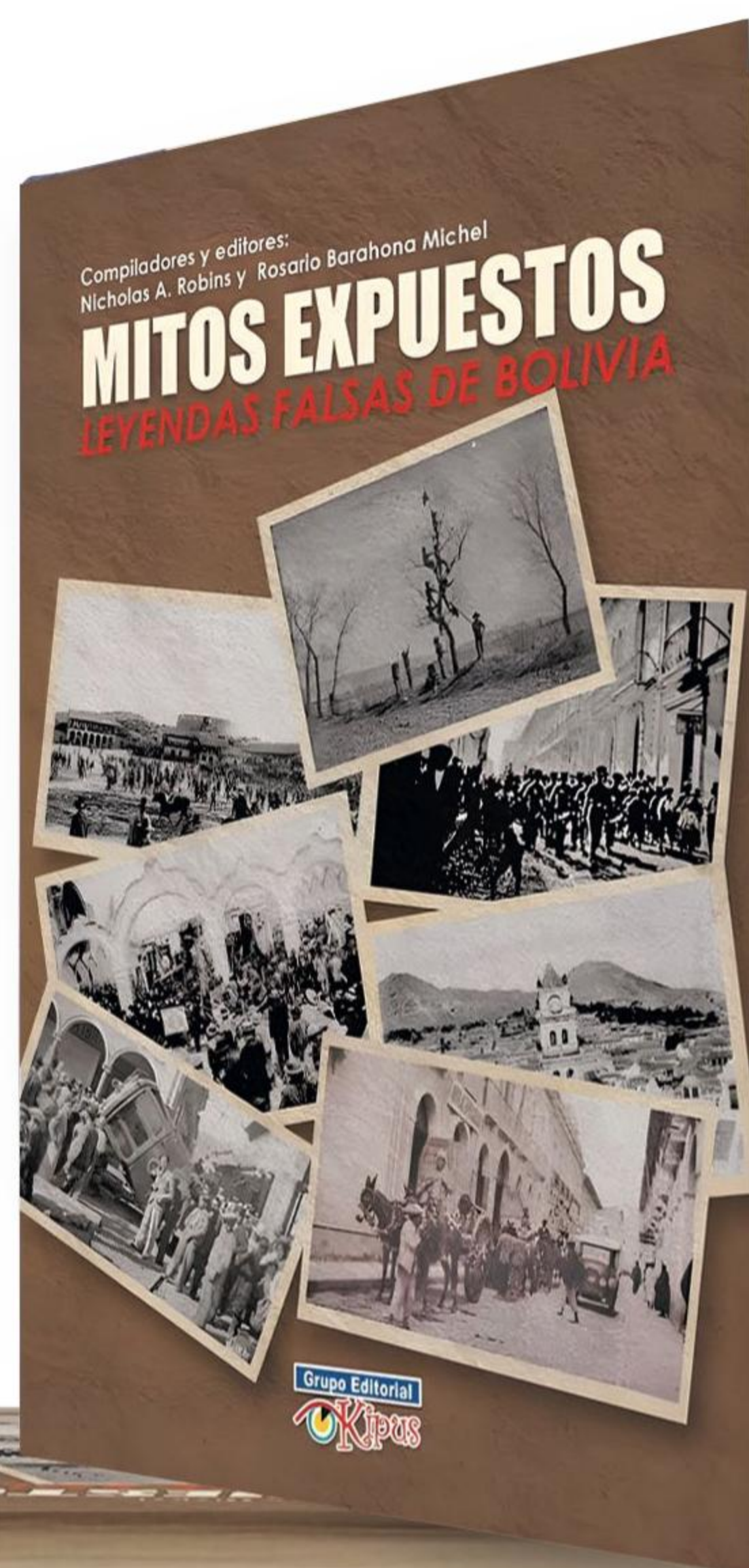
Tradición e innovación conviven de manera natural en la bodega. La tradición marca el respeto por los tiempos y la tierra; la innovación llega a través de la capacitación, la observación de tendencias y la búsqueda de vinos más frescos y menos intervenidos. Es un equilibrio entre raíces y futuro.

Tellus Wines no es solo un proyecto vitivinícola. Es una herencia transformada en presente. Es la prueba de que los sueños no mueren, se transmiten, se cuidan y se convierten en vino. Porque en Tellus, el vino no se fabrica, se escucha. ■



LAS MENTIRAS HISTÓRICAS

Por Homero Carvalho Oliva



La expresión “mentiras vitales”, fue inventada por el dramaturgo noruego Henrik Ibsen, para explicar las ficciones a las que recurren las familias para ocultar verdades o hechos que pueden dañar la coherencia afectiva, el supuesto prestigio de los ascendientes y, por tanto, la unidad filial. Luego el término fue tomado por algunos historiadores e intelectuales para referirse a aquellas invenciones que se acuñan en los libros de historia o circulan como leyendas y que sirven para crear el imaginario patriótico y reforzar la identidad nacional.

Dicen que cada generación crea las suyas, renovando el imaginario nacional para seguir viviendo como países. Desde antes del nacimiento de la República en este territorio se crearon este tipo de mitos y leyendas, y desde 1825 algunos de ellos estuvieron marcados por el sello de la historia oficial, aquella que no se debía discutir porque así nos enseñaron en la escuela. Esa es la materia con la que Rosario Barahona, historiadora y novelista boliviana, y Nicholas A. Robins, norteamericano, doctor en Estudios Latinoamericanos, investigaron y compilaron el libro *Mitos expuestos, leyendas falsas de Bolivia*.

A través de investigaciones propias y de otros autores como Gaëlle Bruneau, Domingo Izquierdo, Ligia Peñaranda, Eugenia Bridikhina, Fernando Suárez, Paola Revilla y Juan Pablo Soto, “este libro analiza varios mitos bolivianos, expresado como un malentendido común y amplio sobre una realidad, para exponer la verdad sobre eventos o procesos históricos, a base de investigación documental. A través de este proceso, los lectores podrán entender mejor el mito en sus dos facetas: en cuanto al papel que juegan los mitos en la sociedad boliviana y en su verdad histórica”, afirman los autores en la introducción.

Las mentiras históricas o vitales son, pues, el motivo central de este libro en el que se pretende demostrar, entre otros temas, que no fue cierto que mueran esclavos negros en la minas de Potosí; que la ciudad de La Plata (hoy Sucre) haya sido sede de la Inquisición; que no hubo la gran batalla de La Coronilla en Cochabamba y, por lo tanto no hubo heroínas, sino que más bien la supuesta historia que dio origen a la celebración del Día de la Madre es producto de la imaginación del autor de la novela Juan de la Rosa, (un tema intocable para el imaginario nacional); que sobre la primera novela escrita por un boliviano existen muchas versiones, los cruceños —por ejemplo— afirman que la primera fue La isla de Manuel María Caballero... en fin.

Si bien el libro abre la polémica y seguramente habrá quien se rasgue las vestiduras respecto a algunos temas, los autores señalan que ni ellos ni los otros incluidos pretenden tener la última palabra, sino que creen que ha llegado la hora de hablar con sinceridad respecto a nuestra historia y a mirarla bajo una dimensión científica. Ya irán desvelándose otros temas, como también se les otorgará su lugar a héroes olvidados como el Tambor Vargas, verdadero guerrero de la independencia a quien no se ha homenajeado ni siquiera con una calle, plaza o un busto perdido en una escuelita rural. ■



¡LA MANTEQUILLA, CARAJO!

Por Daniela Murialdo

El texto señala que los británicos celtas no sentían complejo alguno. Batían mantequilla, la comían, cocinaban con ella y la exportaban a otras tribus. La mantequilla era riqueza. La mantequilla era medicina. La mantequilla era la que los mantenía con vida durante los inviernos nórdicos.

Mi abuela me contaba cómo su padre, francés, preparaba kilos de mantequilla que conservaba por meses en la bodega de su casa. Y yo recuerdo las tardes de mis sábados cuando viví en Sucre. La precariedad económica nos limitaba mucho, pero no para abandonar el rito de hacer pan en el horno de barro, para luego untarlo con el verdadero oro comestible.

Según el texto, los romanos, con su dieta “civilizada” basada en aceite de oliva y cereales, advirtieron que los celtas eran significativamente más grandes y fuertes que los pueblos mediterráneos. Más altos. Más corpulentos. Más capaces físicamente. Y es que la mantequilla era calóricamente densa, nutricionalmente completa, estable y no requería combustible para cocinar en regiones donde la madera escaseaba.

Tengo la fortuna de vivir en un país que produce la mantequilla más rica del planeta. Hace un par de años la empresa productora emitió un comunicado público que conmocionó a la población: por un tiempo dejaría de fabricar su producto estrella. Aunque no se supo si era un efecto de mercadeo o el mero gusto de angustiarnos, esos días compramos por docenas barras de esa mantequilla.

Sea como sea, las pautas son recurrentes. Sin importar si es porque su consumo es vulgar o insano, quienes comemos mantequilla “estamos haciendo algo mal”. *Los celtas, que comían mantequilla a granel, eran bárbaros. La bisabuela, cocinando con mantequilla, se estaba matando.* Pero en verdad, como asegura el post que provocó esta nota, los celtas eran más sanos que los romanos. Y la bisabuela vivió hasta los 90 años.

Tengo unas cuantas manías. Una de ellas, la mantequilla no puede estar fría. Además, quienes me rodean y me quieren, o al menos me toleran, saben que si comparten el desayuno conmigo deben asegurarse de que el mantequillero esté cerca de mi plato cuando el pan sale de la tostadora, si no quieren escuchar el conocido “¡la mantequilla, carajo!”. Confirmado: comer mantequilla es de gente vulgar. ■

Una de las recomendaciones del catedrático de Técnicas de la Investigación, que nos guiaba en la preparación de la tesis de grado, era no tener reparos en deshacernos de cierto material reunido, por valioso que fuera. Tendemos, decía, a acumular información y perdernos entre tantos datos.

Eso pasa ahora con Internet; recibimos data por vías distintas a cada momento. De modo que en cinco minutos ya hemos leído una noticia sobre Venezuela, visto un TikTok de Lara, conocido las denuncias de acoso contra Julio Iglesias y envidiado a algún compañero de trabajo que está con su familia en Punta Cana.

A veces es difícil separar el mineral de la ganga, pero en esa mina de extrañas mezclas de información debemos identificar los metales preciosos. Como el que encontré hace unos días: un post revelador sobre el significado histórico de la mantequilla. Fue como una luz que bendecía retroactivamente mi conducta y dejaba atrás la culpa por la desobediencia a mis médicos (“la mantequilla se convierte en grasa saturada que obstruye las arterias y bla, bla, bla”).

El post cuenta que los relatos de Julio César sobre la invasión de Britania, en el año 55 a. C., incluye observaciones sobre las tribus celtas. Él destaca que consumían enormes cantidades de mantequilla; y que los romanos lo encontraban repugnante. “La gente civilizada usaba aceite de oliva. La mantequilla era un alimento bárbaro. El sello distintivo de las tribus primitivas del norte que no entendían la cocina tradicional”.

Algo parecido sucede ahora: el aceite de oliva, “oro líquido”, es más valorado y está mejor visto. Goza de la distinción y elegancia de las que parece carecer la mantequilla.

ZARA LARSSON

EL REGRESO MÁS COLORIDO DEL POP TIENE NOMBRE PROPIO

Entre delfines virales, colores psicodélicos y una nominación al Grammy, Zara Larsson vive uno de los momentos más luminosos de su carrera. La artista sueca convirtió un meme de TikTok en el motor de su regreso musical, lanzó el álbum *Midnight Sun* y se prepara para una gira mundial mientras combina pop, nostalgia y una voz firme frente a temas sociales. Su historia reciente es la prueba de que el humor, la música y la autenticidad pueden reinventar una estrella.

Por Redacción COSAS/Fotos Shutterstock



Bajo un sol que no se apaga y con un delfín saltando en cámara lenta, Zara Larsson volvió a demostrar que el pop tiene luz propia. El inicio de 2026 la encuentra en su mejor momento: nominada al Grammy por *Midnight Sun* (Mejor Grabación Pop Dance), con un álbum que suena a verano eterno y una gira mundial que promete convertir cada concierto en una fiesta multicolor.

Lo que nadie vio venir fue que su gran regreso empezara, con un meme. A finales de 2024, TikTok se llenó de delfines generados por inteligencia artificial saltando entre arcoíris mientras sonaba *Symphony*. Encima de esas imágenes, los usuarios escribían confesiones tragicómicas como “me equivoqué de carrera” o “ya gasté todo mi sueldo (cobré ayer)”. Humor negro con música brillante. Zara, lejos de ignorarlo, se sumó a la ola y lo convirtió en parte de su show: proyectó al famoso delfín en sus conciertos y abrazó la estética psicodélica para su disco *Midnight Sun*, lanzado en septiembre de 2025.

El resultado fue una explosión nostálgica con sabor a años 2010: colores tipo Lisa Frank, coreografías virales y canciones que volvieron a sonar como si nunca se hubieran ido. *Lush Life* y *Symphony* regresaron al top de Spotify con millones de reproducciones diarias, conquistando tanto a millennials como a la

generación Z. En cada concierto, Zara invita a un fan al escenario para bailar la coreografía viral y hasta les dibuja un pequeño delfín en la camiseta como recuerdo del momento.

Pero Larsson no es solo arcoíris y beats pegajosos. En 2026 también ha sido noticia por su activismo. La cantante habló abiertamente contra la agencia migratoria ICE en Estados Unidos y denunció políticas que, según ella, afectan de forma desproporcionada a comunidades latinas y negras. Sus declaraciones generaron polémica, le costaron contratos y dividieron opiniones, pero consolidaron su imagen como una artista que no se esconde detrás del micrófono.

“Mi música es un lugar para escapar, pero también para decir lo que pienso”, ha repetido en entrevistas. Esa dualidad —pop luminoso con conciencia social— es parte de su nuevo magnetismo. *Midnight Sun* no solo habla de amor y libertad, también de crecer, equivocarse y aprender a reírse incluso cuando todo parece ir mal.

Con su gira programada durante todo 2026, Zara Larsson vive una segunda juventud artística: viral sin forzarlo, política sin perder ritmo y pop sin complejos. En tiempos de crisis y pantallas infinitas, su mensaje es simple y poderoso: bailar, reír y cantar también pueden ser una forma de resistencia. Y si es con un delfín volando sobre un arcoíris, mucho mejor. ■

PASIÓN POR LA IMAGEN



¡Escanéame!



reeldxtfilms



THE X3

